



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

DIRECCIÓN DE POSGRADO Y EDUCACIÓN CONTÍNUA

**MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN
COMUNICACIÓN DIGITAL**

TRABAJO DE TITULACIÓN

MODALIDAD: PROYECTO DE TITULACIÓN CON COMPONENTES DE
INVESTIGACIÓN APLICADA Y/O DESARROLLO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN
CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN DIGITAL

TEMA:
**DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL EN FACEBOOK
PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LA COMUNA LAS HUACAS,
ARCHIPIÉLAGO DE JAMBELÍ, 2024.**

AUTORA:

Lic. Verónica Beatriz Pauta Izurieta

DIRECTORA:

Lic. Pilar Janeth Chávez Chacán, M.Sc.

AÑO 2025



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

DIRECCIÓN DE POSGRADO Y EDUCACIÓN CONTÍNUA

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN DIGITAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

MODALIDAD: PROYECTO DE TITULACIÓN CON COMPONENTES DE
INVESTIGACIÓN APLICADA Y/O DESARROLLO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN
CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN DIGITAL

TEMA:

**DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL EN FACEBOOK
PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LA COMUNA LAS HUACAS,
ARCHIPIÉLAGO DE JAMBELÍ, 2024.**

AUTORA:

Lic. Verónica Beatriz Pauta Izurieta

DIRECTORA:

Lic. Pilar Janeth Chávez Chacán, M.Sc.

VOCALES:

Lic. Vilma Maribel García González, Mg.

Lic. Wilson Benjamín León Valle, Mg.

AÑO 2025

Certificación de Tutor (Docente)

CERTIFICADO DE EJECUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Lic. Pilar Janeth Chavez Chacán, MSc., en mi calidad de Docente tutora, a petición de la parte interesada,

CERTIFICO:

Que, la Lic. Verónica Beatriz Pauta Izurieta con cédula de identidad número: 0705101087, maestrante de la Maestría en Comunicación con Mención en Comunicación Digital, ejecuto el estudio de campo para la tesis titulada: "DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL EN FACEBOOK PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LA COMUNA LAS HUACAS, ARCHIPIÉLAGO DE JAMBELÍ, 2024."

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Guaranda 14 de julio de 2025



Lic. Pilar Janeth Chávez Chacán, MSc.

Docente Tutora

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Verónica Beatriz Pauta Izurieta portadora de la Cédula de Identidad No. 0705101087 en calidad de autor/es y titular de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **Diseño de estrategias de comunicación digital en Facebook para la sostenibilidad de la comuna las Huacas, Archipiélago de Jambell, 2024**.modalidad Trabajo de titulación con componentes de investigación aplicada y/o desarrollo. De conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

La autora declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Nombres y Apellidos



Verónica Beatriz Pauta Izurieta
(firma electrónica)

CONCESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Lic. Verónica Beatriz Pauta Izurieta, portadora de la cédula de identidad N.º 0705101087, maestrante en la Maestría en Comunicación con Mención en Comunicación Digital, en calidad de autor de la tesis titulada: “DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL EN FACEBOOK PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LA COMUNA LAS HUACAS, ARCHIPIÉLAGO DE JAMBELÍ, 2024.”, otorgo la siguiente autorización:

Autorización de uso

Autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar el uso de todos o parte de los contenidos que me pertenecen, incluidos en esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación, respetando los derechos de autor que me corresponden como titular de los mismos.

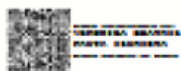
Vigencia de los derechos de autor

Mis derechos de autor se mantendrán vigentes, salvo por la presente autorización que permite el uso académico mencionado. Esta autorización se otorga conforme a lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su reglamento.

Digitalización y publicación

Asimismo, autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar a proceder con la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en su repositorio virtual, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Guaranda, 14 de julio de 2025



Lic. Verónica Beatriz Pauta Izurieta

C.I.: 0705101087

Declaración juramentada de autenticidad de autoría (egresado)

Dedicatoria

Amar es estar a tu lado apoyándote para que continúes con tus sueños, ser compañía en la trayectoria y festejar tus logros como propios, por esto y más el presente trabajo se lo dedico a Dios por darme sus bendiciones y haber llenado de virtudes y capacidades para cumplir con mis propósitos día a día.

A mi amado Byron por ser ese pilar del que me sostuve para continuar con mi preparación profesional, porque sin su motivación quizá nuevamente postergaba.

A mis apreciados hijos quienes merecen todo lo bueno y bonito, son la razón para destacar y caminar correctamente por la vida, porque forjar mi legado es para y por ellos.

También a mis amigos y amigas de la isla Las Huacas, por abrirme sus puertas para ser parte de ellos como si fuera de la familia, sentirme parte de, me llevó a enfocar mi proyecto en la comuna para lograr su crecimiento y desarrollo social.

Verónica

Agradecimiento

Mi gratitud con la universidad y todo el cuerpo docente que aportó en mi preparación, obtener este título permitirá mi crecimiento personal y profesional, con base sólidas para el buen rendimiento en el ejercicio de las funciones que se me encomienden.

Gracias amores míos; esposo e hijos por su apoyo, por sostenerme cuando quería renunciar, por recordarme lo valiosa, capaz y talentosa que soy.

Con mucho respeto y admiración extiendo mis agradecimientos a mis padres por su presencia y porque siempre están felices y orgullosos por todo lo que va logrando su niña.

Gracias infinitas los amo.

Verónica

Índice

Certificación de Tutor (Docente)	III
Declaración juramentada de autenticidad de autoría (egresado)	IV
Dedicatoria (opcional)	VI
Agradecimiento (opcional)	VII
Índice	VIII
Resumen	XII
Abstract	XIII

CAPÍTULO I: PROBLEMA

Planteamiento del problema	14
Formulación del problema	15
Justificación	16
Objetivo: general y específicos	17

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes investigativos (estado del arte)	18
2.2. Fundamentación teórica (categorías fundamentales)	23
2.3. Fundamentación legal (de ser necesaria)	52
2.4. Hipótesis o ideas a defender	56
2.5. Variables	56
2.6. Operacionalización de variables	57

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo, nivel y métodos de Investigación	59
3.2. Población y muestra	64
3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de la información	66
3.4. Técnicas de procesamiento, análisis y presentación de datos	66

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTEPRETACIÓN DE RESULTADOS	
4.1. Presentación de resultados por objetivos	67
4.2. Comprobación de hipótesis o ideas a defender	109
CAPÍTULO IV: PROPUESTA METODOLÓGICA/TECNOLÓGICA	
Propuesta: Creación de la Fan Page Las Huacas EcoRed	110
CONCLUSIONES	119
RECOMENDACIONES	120
BIBLIOGRAFÍA	121
ANEXOS	134

ÍNDICE DE TABLAS (Ejemplo de cómo podrías llamarlas)

Tabla 1 Componentes del empoderamiento comunitario	25
Tabla 2 Tipos de comunicación digital y sus características principales	37
Tabla 3 ¿Tiene usted acceso a internet?	67
Tabla 4 ¿Utiliza Facebook?	68
Tabla 5 ¿Desde qué dispositivo accede a Facebook?	69
Tabla 6 ¿Para qué usa principalmente Facebook?	70
Tabla 7 ¿Sabe si la comuna Las Huacas tiene una página oficial en Facebook?	71
Tabla 8 ¿Le parece importante que la comuna tenga una Fan Page oficial?	72
Tabla 9 ¿Qué tipo de información le gustaría encontrar en una Fan Page de Las Huacas? (puede marcar varias)	73
Tabla 10 ¿Usaría usted esa página para informarse sobre su comunidad?	74
Tabla 11 ¿Estaría dispuesto(a) a colaborar compartiendo publicaciones de esa Fan Page?	75
Tabla 12 ¿Estaría interesado(a) en enviar contenido (fotos, eventos, ideas) para esa Fan Page?	76
Tabla 13 En una escala del 1 al 5, ¿cuán útil cree que sería tener una Fan Page oficial para fortalecer la sostenibilidad de la comuna Las Huacas?	77

ÍNDICE DE GRÁFICOS (Ejemplo estimado)

Gráfico No 1 ¿Tiene usted acceso a internet?	67
Gráfico No 2 ¿Utiliza Facebook?	68
Gráfico No 3 ¿Desde qué dispositivo accede a Facebook?	69
Gráfico No 4 ¿Para qué usa principalmente Facebook?	70
Gráfico No 5 ¿Sabe si la comuna Las Huacas tiene una página oficial en Facebook?	71
Gráfico No 6 ¿Le parece importante que la comuna tenga una Fan Page oficial?	72
Gráfico No 7 ¿Qué tipo de información le gustaría encontrar en una Fan Page de Las Huacas?	73
Gráfico No 8 ¿Usaría usted esa página para informarse sobre su comunidad?	74

Gráfico No 9 ¿Estaría dispuesto(a) a colaborar compartiendo publicaciones de esa Fan Page?	75
Gráfico No 10 ¿Estaría interesado(a) en enviar contenido (fotos, eventos, ideas) para esa Fan Page?	76
Gráfico No 11 En una escala del 1 al 5, ¿cuán útil cree que sería tener una Fan Page oficial para fortalecer la sostenibilidad de la comuna Las Huacas?	77

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Cuestionario	136
Anexo 2 Anexo 2 Guía de preguntas para expertos	139
Anexo 3 Ficha de observación directa	141
Anexo 4 Tabla de estrategias de comunicación digital	143
Anexo 5 Resumen conceptual de las categorías fundamentales	145
Anexo 6 Propuesta: Esquema del Plan Estratégico de Comunicación Digital en Facebook	146
Anexo 7 Fotografías de trabajo campo	147
Anexo 8 Información georreferencial	150
Anexo 9 Mapa político de la parroquia de Jambelí	151
Anexo 10 Tabla organizada: Proceso de construcción de la Fan Page <i>Las Huacas EcoRed</i>	152

Título: Diseño de estrategias de comunicación digital en Facebook para la sostenibilidad de la comuna Las Huacas, Archipiélago de Jambelí, 2024.

Resumen

Esta investigación nace de la necesidad de fortalecer la sostenibilidad de la comuna Las Huacas, ubicada en el Archipiélago de Jambelí, a través del diseño de estrategias de comunicación digital en Facebook. La comunidad enfrenta desafíos importantes: no cuenta con un espacio digital propio que permita a sus habitantes participar, compartir sus voces, visibilizar sus problemáticas y proyectar su riqueza cultural y ambiental. Con un enfoque cuali-cuantitativo, se diagnosticó cómo usan actualmente Facebook los pobladores, explorando sus prácticas comunicativas mediante entrevistas, encuestas y observación directa. También se analizaron experiencias inspiradoras de otras comunidades rurales y costeras que lograron fortalecer su sostenibilidad a través de Fan Pages participativas. Como respuesta, se propone un modelo estratégico que integra a los actores locales, organiza contenidos significativos y define objetivos claros, buscando que Las Huacas pueda tejer lazos más fuertes entre su gente y avanzar hacia un futuro más sostenible desde la comunicación digital.

Palabras clave: comunicación digital, sostenibilidad, comunidad, Facebook, participación ciudadana.

Abstract

This research arises from the need to strengthen the sustainability of the Las Huacas community, located in the Jambelí Archipelago, through the design of digital communication strategies on Facebook. The community faces significant challenges: it lacks a digital space of its own where residents can participate, share their voices, highlight their local issues, and showcase their cultural and environmental wealth. Using a mixed-methods approach, the study diagnosed how residents currently use Facebook, exploring their communication practices through interviews, surveys, and direct observation. It also analyzed inspiring experiences from other rural and coastal communities that have succeeded in promoting sustainability through participatory Fan Pages. As a result, a strategic model is proposed that brings together local actors, organizes meaningful content, and defines clear goals, aiming to help Las Huacas strengthen its social ties and move towards a more sustainable future through digital communication

Keywords: digital communication, sustainability, community, Facebook, citizen participation.

CAPÍTULO I: PROBLEMA

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Hoy en día, hablar de sostenibilidad no es una opción, sino una necesidad urgente. El mundo entero enfrenta retos como el cambio climático, la pérdida de biodiversidad y crecientes desigualdades sociales. Frente a estos desafíos, las herramientas digitales se han convertido en aliados importantes: permiten informar, conectar a las personas y movilizar acciones comunitarias. Sin embargo, a nivel global, muchos mensajes sobre medio ambiente siguen centrados en catástrofes, mientras que las pequeñas acciones sostenibles del día a día —como las que ocurren en comunidades locales— reciben poca visibilidad, especialmente en redes sociales como Facebook (Rodrigo-Cano et al., 2019).

En América Latina y en Ecuador, el acceso desigual a internet, la baja calidad del servicio y la falta de conocimientos digitales siguen siendo barreras reales para muchas comunidades rurales y costeras. Tal como señalan Bedolla-Solano et al. (2023), en muchas zonas aún se carece de infraestructura tecnológica, recursos adecuados y habilidades para el manejo de plataformas, lo que limita seriamente la participación en procesos de educación y desarrollo sostenible.

En este contexto, la comuna Las Huacas —ubicada en el Archipiélago de Jambelí— no es ajena a estas limitaciones. Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia rural Jambelí 2019–2023, el acceso a internet es limitado y la calidad del servicio telefónico es deficiente, tanto en Las Huacas como en Bellavista. Esta realidad tecnológica afecta directamente la capacidad de la población para conectarse, informarse y expresarse. Además, la comuna no cuenta con una página oficial en Facebook ni con una estrategia digital que facilite la comunicación entre sus habitantes o que les permita difundir sus iniciativas, su cultura o su visión de sostenibilidad.

Esta ausencia de presencia digital dificulta que la comunidad comparta sus avances, promueva su identidad y se vincule con redes externas que podrían fortalecer sus proyectos. Por eso, surge la necesidad de diseñar una estrategia de comunicación digital con enfoque participativo, centrada en el uso de Facebook como canal principal. Esta herramienta, bien utilizada, puede convertirse en una vía para impulsar la sostenibilidad, fortalecer el sentido de pertenencia y proyectar la voz colectiva de Las Huacas al resto del país y del mundo.

Como lo destaca Boulahrouz (2021), el uso del storytelling digital permite a las comunidades —especialmente a los jóvenes— expresarse a través de videos y publicaciones, desarrollando habilidades comunicativas, pensamiento crítico y sentido de compromiso con su entorno. Este enfoque abre la puerta a una participación más activa y creativa en procesos de transformación local.

Así, el problema central radica en la falta de una estrategia de comunicación digital estructurada y adaptada a las condiciones reales de la comuna Las Huacas, lo cual limita sus posibilidades de organización, participación y visibilización. Diseñar una estrategia adecuada no solo resolvería una necesidad comunicativa, sino que se convertiría en una herramienta clave para el desarrollo sostenible desde lo local.

1.2. Formulación del problema

¿Cómo diseñar una estrategia de comunicación digital en Facebook que permita crear una Fan Page comunitaria para fortalecer la sostenibilidad de la comuna Las Huacas, Archipiélago de Jambelí, en el año 2024?

1.3. Justificación

Esta investigación se realiza porque la comuna Las Huacas no cuenta con una Fan Page oficial ni con una estrategia de comunicación digital estructurada que le permita visibilizar sus problemáticas, promover su identidad cultural y fomentar la participación comunitaria en torno a la sostenibilidad. En un mundo cada vez más conectado, esta carencia representa una barrera para el desarrollo local, la gestión ambiental colaborativa y la proyección de la comunidad hacia redes externas.

Se investiga para diseñar una propuesta comunicacional viable, construida desde un enfoque participativo, que sirva como herramienta estratégica para la creación de una Fan Page en Facebook. Esta propuesta busca convertirse en una plataforma digital que articule las voces de la comunidad, promueva sus prácticas sostenibles y fortalezca su tejido social.

Desde una base teórica, esta investigación se apoya en el modelo de comunicación alternativa y ciudadanía comunicativa, conceptos que han demostrado su efectividad en entornos rurales para disminuir la desigualdad en el acceso a la información, según Olmedo Neri (2023) en un ámbito práctico, se quiere empoderar a la comunidad utilizando una plataforma de amplio acceso como Facebook, cuyas características posibilitan una comunicación directa, horizontal y con capacidad de movilización.

La investigación tiene importancia teórica al integrar conceptos actuales como comunicación participativa, cultura digital y prosumidor; importancia práctica, porque generará una propuesta comunicacional útil y aplicable; y relevancia metodológica, al basarse en técnicas accesibles y adaptadas al contexto rural.

Su vigencia y conveniencia radica en que responde a la necesidad actual de potenciar los medios digitales como espacios de transformación social, especialmente en comunidades que enfrentan aislamiento territorial y baja visibilidad pública. La novedad

del estudio reside en diseñar, desde cero, una estrategia de Fan Page comunitaria con enfoque de sostenibilidad, algo aún poco abordado en zonas insulares del Ecuador. La distribución de datos, la creación de redes de colaboración y la mejora del sentido de comunidad son factores que ayudan a los grupos a edificar su resistencia y visión futura. (García Chaves & Pérez Carrillo, 2023).

Los beneficiarios directos serán los habitantes de Las Huacas, mientras que otras comunidades similares podrían replicar el modelo propuesto. La factibilidad está garantizada por el acceso básico a internet en la zona, el uso creciente de Facebook entre los comuneros y la disposición comunitaria para participar en procesos de innovación comunicativa. La investigación es pertinente y significativa, ya que aborda los retos contemporáneos de exclusión digital, especialmente en mujeres, jóvenes y comunidades rurales, tal como mencionan (García-Aguilera, et al., 2020).

1.4. Objetivos: general

Diseñar una estrategia de comunicación digital para la creación de una Fan Page comunitaria en Facebook, orientada a fortalecer la sostenibilidad de la comuna Las Huacas, Archipiélago de Jambelí, en el año 2024.

Objetivos específicos:

- Diagnosticar el uso actual de Facebook y las prácticas comunicativas digitales de los habitantes de la comuna Las Huacas.
- Analizar experiencias similares de Fan Pages comunitarias aplicadas en contextos rurales o costeros, que fomenten participación y sostenibilidad.
- Elaborar una propuesta estratégica para la creación de una Fan Page en Facebook, con contenidos, secciones y objetivos orientados al fortalecimiento comunitario y sostenible de Las Huacas.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes investigativos (estado del arte)

En las últimas décadas, la integración de tecnologías digitales en territorios rurales se ha convertido en una herramienta clave para enfrentar desafíos sociales, económicos y ambientales. La comunicación digital, particularmente mediante redes sociales como Facebook, ha sido estudiada por su capacidad de generar vínculos, visibilizar problemáticas locales y promover procesos de participación comunitaria hacia la sostenibilidad.

El avance de las tecnologías digitales y el auge de las redes sociales han transformado las dinámicas de comunicación en las comunidades rurales. Particularmente, plataformas como Facebook han emergido como herramientas de bajo costo y alta accesibilidad que permiten fomentar procesos de cohesión social, visibilizar problemáticas locales y promover acciones orientadas al desarrollo sostenible. Cabral Filho (2017) sostiene que “el bajo costo de las tecnologías para producción de contenido y distribución en radio y televisión ha propiciado que las iniciativas de comunicación comunitaria se propaguen alrededor del mundo”. Sin embargo, esta potencialidad se enfrenta a limitaciones relacionadas con la brecha digital, la escasa alfabetización tecnológica y la falta de estrategias adaptadas a las realidades territoriales.

A nivel internacional

Olmedo Neri (2023), en su estudio sobre las radios comunitarias en Michoacán, México, propone una visión territorial y decolonial de la comunicación comunitaria. A partir de un enfoque de ciudadanía comunicativa, el autor demuestra que los medios locales —como las radios o redes sociales— pueden operar como herramientas de resistencia, inclusión y participación en contextos rurales con profundas desigualdades digitales

(Olmedo Neri, 2023). Esta perspectiva resulta clave para fundamentar el uso de Facebook como canal de comunicación estratégico en comunidades insulares como Las Huacas.

Por otro lado, el estudio de (García Salirrosas, et. al., 2020) explora el uso de redes sociales para la co-creación de valor entre pequeños productores rurales y consumidores. A través de entrevistas a beneficiarios de programas de desarrollo rural en Perú, los autores concluyen que existe una disposición positiva para utilizar plataformas digitales, pero también identifican una necesidad urgente de acompañamiento técnico y formativo para potenciar su uso estratégico (García Salirrosas, et. al., 2020).

Además, García Aguilera et al. (2021) estudiaron la inclusión social de mujeres rurales mediante programas de alfabetización digital en España. Encontraron que redes como Facebook no solo ayudan a mejorar las competencias tecnológicas, sino que también incrementan la autoestima, la participación comunitaria y las oportunidades laborales de las beneficiarias. Su investigación respalda la idea de que una estrategia digital bien diseñada puede impactar profundamente en el desarrollo social y económico local (García Aguilera et al., 2021).

De forma complementaria, Ramírez Villa et al. (2021), mediante una experiencia en Colombia, utilizaron podcasts y redes sociales para difundir prácticas agroecológicas entre productores rurales. Aunque no se centraron en Facebook, su propuesta destaca el valor de los medios digitales masivos en la transferencia de conocimiento técnico y en el fortalecimiento del vínculo entre instituciones y comunidades rurales (Ramírez Villa et al., 2021).

A nivel nacional (Ecuador y América Latina)

En Ecuador, Lupien et al. (2019) investigaron el impacto del uso de TIC en comunidades indígenas, enfocándose en su capacidad para mejorar la autonomía económica. El estudio evidencia que, aunque las TIC ofrecen oportunidades claras, su

adopción efectiva se ve limitada por barreras estructurales como el acceso desigual a internet y la falta de formación digital. Los autores concluyen que, para superar estas limitaciones, es indispensable acompañar el acceso tecnológico con propuestas culturales y pedagógicas contextualizadas (Lupien, et. al., 2019).

De forma complementaria, estudios recientes han mostrado cómo las redes sociales están jugando un papel clave en fortalecer la comunicación digital en comunidades rurales del Ecuador. Por ejemplo, Zapata Vilaña et al. (2022) analizaron el caso de Radio TV Guangaje en Cotopaxi, mostrando que su página de Facebook contribuye a reforzar la identidad cultural de los migrantes al transmitir contenidos en lengua local y generar vínculos emocionales con su comunidad de origen.

En el ámbito institucional, Enríquez Santín et al. (2024) destacaron el uso de Instagram por parte del Municipio de Yantzaza como herramienta para divulgar información social y turística, aunque identificaron desafíos en la segmentación de audiencias y la optimización estratégica.

Además, Lara-Castro y Souza (2023) resaltaron que, en comunidades amazónicas de Ecuador, el acceso desigual a internet sigue siendo una barrera relevante, aunque la pandemia ha impulsado avances en conectividad y alfabetización digital (López-Paredes, 2024). Investigaciones sobre medios comunitarios durante las movilizaciones sociales de 2019 en Imbabura evidencian que estos generan altos niveles de confianza y desempeñan un papel central en la difusión de contenidos locales, pese a contar con recursos limitados (Sevillano Hernández et al., 2024).

Estos estudios muestran un avance progresivo en el uso de redes sociales en sectores comunitarios de Ecuador, destacando su papel en fortalecer identidad cultural, informar a la ciudadanía y empoderar a comunidades vulnerables. Sin embargo, persisten barreras de acceso y desafíos estratégicos. Las investigaciones confirman que, más allá del

acceso tecnológico, es fundamental considerar aspectos culturales, sociales y organizativos para fortalecer la comunicación digital en entornos vulnerables.

Vacío investigativo identificado

En el Archipiélago de Jambelí, frente a las costas de El Oro, se encuentra Las Huacas, una pequeña comuna costera llena de vida, tradiciones y desafíos. Aunque este rincón del Ecuador tiene un enorme valor ecológico y cultural, también enfrenta profundas dificultades sociales y ambientales que limitan su desarrollo.

Hoy, más que nunca, la tecnología y las redes sociales —en particular Facebook— podrían convertirse en una herramienta poderosa para impulsar su sostenibilidad, fortalecer su identidad y dar voz a su gente.

¿Por qué es importante hablar de Las Huacas?

Las Huacas es una comunidad pesquera que depende casi exclusivamente de la pesca artesanal y de actividades de subsistencia. Carece de servicios básicos suficientes y tiene una conectividad digital limitada. Esta falta de acceso a tecnología no solo complica la vida diaria, sino que también excluye a sus habitantes de oportunidades educativas, económicas y de participación ciudadana.

Desde el punto de vista ambiental, la situación tampoco es fácil. Las Huacas está en una zona vulnerable, amenazada por la erosión costera, la contaminación de los manglares y la sobreexplotación de recursos marinos. Estos problemas requieren soluciones urgentes, donde la comunicación digital puede jugar un rol clave: desde compartir alertas ambientales hasta educar sobre prácticas sostenibles y fortalecer la organización comunitaria.

El poder de lo digital en manos de la comunidad

Un aspecto especialmente interesante es el papel que podría tener la juventud local. Aunque muchos jóvenes están fuera del sistema educativo o no tienen acceso a formación profesional, sí manejan redes sociales y herramientas digitales. Esto abre una oportunidad única para que se conviertan en líderes digitales dentro de su propia comunidad.

Además, Las Huacas tiene un potencial enorme para desarrollar turismo comunitario sostenible. Su paisaje, su cultura y su biodiversidad podrían atraer a viajeros interesados en experiencias auténticas, pero para eso es clave fortalecer la identidad local y darla a conocer. Aquí es donde Facebook y otras plataformas pueden ser aliados estratégicos: para contar su historia, visibilizar su territorio y promover iniciativas propias.

Una oportunidad para el cambio

Actualmente, no existen estudios que hayan trabajado específicamente en cómo diseñar estrategias digitales para promover la sostenibilidad en comunidades insulares del Ecuador. Esto representa una gran oportunidad para Las Huacas: desarrollar, junto a su gente, un modelo de comunicación adaptado a sus necesidades, que no solo resuelva problemas inmediatos, sino que también los empodere a largo plazo.

Al final del día, la verdadera fuerza de Las Huacas está en su gente. Si cuentan con las herramientas adecuadas, pueden convertirse en protagonistas de su propio desarrollo, fortaleciendo la cohesión comunitaria, promoviendo la participación ciudadana y construyendo un futuro más sostenible para todos.

2.2 Fundamentación Teórica

2.2.1. Teorías de la Comunicación en la Era Digital

2.2.1.1. Teoría de comunicación participativa para el desarrollo

La teoría de la comunicación participativa, impulsada por Alfonso Gumucio Dragón, nos recuerda que comunicar no es solo transmitir información, sino construirla colectivamente. Esta perspectiva propone romper con los esquemas verticales para dar paso a procesos horizontales, donde las comunidades no solo reciben mensajes, sino que crean y comparten sus propias historias. En un lugar como Las Huacas, esto significa que herramientas como Facebook pueden convertirse en mucho más que redes sociales: son espacios vivos donde la comunidad ejerce su voz, comparte preocupaciones y sueña juntas soluciones, especialmente en temas de sostenibilidad. Así, la comunicación se vuelve un acto de empoderamiento local y democratización real de la información.

“La sostenibilidad de los medios comunitarios no depende solo de recursos económicos, sino de su apropiación social, pertinencia cultural y participación ciudadana” (Gumucio Dragón, 2005, p. 10).

La teoría de la comunicación participativa emerge como una alternativa crítica frente a los modelos convencionales de comunicación lineal y jerárquica utilizados en iniciativas de desarrollo. En contraste con el enfoque instrumental, que se enfoca en la transmisión de información para cambiar comportamientos, la comunicación participativa sugiere un modelo horizontal y dialógico, enfocado en la comunidad, donde los miembros locales actúan no como meros receptores de información, sino como creadores de significado y agentes de cambio social activo.

Alfonso Gumucio Dragón es uno de los destacados teóricos de este enfoque y sostiene que la comunicación participativa debe considerarse un derecho social

relacionado con la expresión cultural, la identidad local y el empoderamiento colectivo. Según Gumucio, la viabilidad de cualquier medio o estrategia comunicativa se logra únicamente con la apropiación social, la relevancia cultural y la participación activa de los ciudadanos.

Desde esta óptica, la comunicación participativa en el desarrollo trasciende el mero uso de tecnologías, pues abarca procesos sociales donde la comunidad elige qué comunicar, cómo hacerlo y con qué metas. Esto resulta especialmente pertinente en áreas rurales e insulares, como la comuna Las Huacas, donde las iniciativas comunicativas deben surgir del territorio, de los conocimientos locales y de las problemáticas específicas.

En el ámbito digital, esta teoría ha sido adaptada para incluir plataformas como Facebook, que pueden servir como espacios de encuentro, diálogo y acción colectiva si se emplean con propósitos comunitarios. Tufte (2017) y Gumucio Dagron (2009) argumentan que la participación efectiva en el entorno digital requiere procesos de alfabetización crítica y control local sobre los contenidos.

Esta teoría apoya la idea de que Facebook no debe ser utilizado simplemente como una herramienta de divulgación, sino como un canal para fomentar procesos de participación horizontal, donde los habitantes de Las Huacas sean los protagonistas de las estrategias comunicativas. Este enfoque permite replantear la sostenibilidad no solo en términos ambientales, sino también como un proceso de comunicación que refuerza el tejido social y cultural de la comunidad.

2.2.1.2. Teoría del empoderamiento comunitario

La Empowerment Theory, desarrollada por autores como Rappaport (1981) y Zimmerman (1995), nos muestra que el verdadero cambio social surge cuando las comunidades adquieren poder para transformar su propia realidad. En el caso de Las Huacas, esta teoría ayuda a entender cómo el uso estratégico de Facebook no es solo

cuestión de tecnología, sino de apropiación: permite a la comunidad acceder a información relevante, organizarse de forma autónoma y visibilizar sus necesidades y logros. Así, la participación social se fortalece y el empoderamiento se convierte en un proceso tangible, donde las personas dejan de ser receptoras pasivas para convertirse en protagonistas activos de su desarrollo.

“El empoderamiento comunitario implica fortalecer las capacidades colectivas para ejercer control sobre las decisiones que afectan su entorno” (Zimmerman, 1995).

La teoría del empoderamiento comunitario surge como una respuesta crítica a los modelos verticales de desarrollo, proponiendo que las comunidades deben tener la capacidad real de influir en sus propias condiciones de vida, mediante procesos participativos, organizativos y de autodeterminación.

Julian Rappaport (1981), fue quien introdujo el concepto de “empoderamiento” en el campo de la psicología comunitaria, definiéndolo como “el proceso por el cual las personas, organizaciones y comunidades adquieren control sobre sus vidas”. Marc Zimmerman (1995) amplió la teoría distinguiendo tres niveles de empoderamiento: individual, organizacional y comunitario. Este último se refiere a la capacidad de una comunidad para tomar decisiones colectivas, gestionar recursos y participar en procesos de cambio social.

Tabla 1 Componentes del empoderamiento comunitario

1. Participación activa:	No es solo estar presente, sino tomar parte en la toma de decisiones.
2. Acceso a información y comunicación:	Las comunidades deben contar con medios que les permitan expresarse, intercambiar saberes y construir discurso propio.
3. Fortalecimiento de capacidades colectivas:	La comunidad aprende, se organiza y actúa en función de sus propios objetivos comunitarios.
4. Autonomía y control:	Se promueve que los procesos sean liderados por los propios actores comunitarios, no impuestos desde fuera.

Nota. Elaboración propia.

En el contexto de la comuna Las Huacas, donde no hay una página oficial ni una estrategia de comunicación digital, aplicar esta teoría implica:

1. Diseñar una estrategia que no solo informe, sino que también permita a los comuneros participar activamente en la creación y gestión de contenidos.
2. Proponer una página de Facebook como herramienta de empoderamiento, en la medida en que fortalezca la organización comunitaria, visibilice sus demandas y promueva la sostenibilidad.
3. Fomentar el uso de Facebook como un canal para el aprendizaje colectivo, la memoria cultural y la acción social.

2.2.1.3. Teoría de los medios digitales como herramientas de cambio social

La teoría de los medios digitales para el cambio social, con aportes de Castells (2009), Tufte (2017) y García Salirrosas et al. (2020), destaca el papel transformador de plataformas como Facebook al conectar comunidades locales con audiencias más amplias, generando visibilidad digital y oportunidades de co-creación de valor. En el caso de Las Huacas, esta perspectiva ayuda a comprender cómo el uso de redes sociales no solo promueve iniciativas sostenibles, sino que también fortalece la identidad territorial, permitiendo que sus habitantes compartan sus historias, desafíos y logros, y encuentren aliados y reconocimiento más allá de su entorno inmediato.

“La co-creación de valor mediante redes sociales permite visibilizar productos, prácticas y narrativas locales, fortaleciendo el tejido social” (García Salirrosas et al., 2020).

La teoría de los medios digitales como catalizadores del cambio social se basa en la comprensión de que las tecnologías digitales no solo alteran la forma en que nos comunicamos, sino también la forma en que participamos, nos organizamos y formamos comunidad. Los medios digitales, y en particular las redes sociales, han surgido como

plataformas de acción colectiva, visibilidad política y empoderamiento ciudadano, en lugar de ser meros canales pasivos de información (Tufte, 2017).

En el ámbito del desarrollo, esta teoría postula que la disponibilidad de medios digitales puede promover la inclusión de colectivos históricamente excluidos, siempre que se cuente con condiciones apropiadas de acceso, formación digital y capacidad tecnológica. Castells (2009) enfatiza que en la sociedad red, el poder se transforma según la habilidad de las comunidades para elaborar y propagar sus propias historias, relegando a los medios tradicionales.

En este contexto, plataformas como Facebook pueden transformarse en instrumentos clave para hacer visibles los problemas locales, intercambiar saberes y movilizar recursos tanto humanos como simbólicos. Investigaciones como la de García Salirrosas et al. (2020) han verificado que pequeños productores rurales son capaces de co-crear valor social y económico a través del uso activo de redes sociales, estableciendo conexiones entre lo local y lo global. Sin embargo, la efectividad transformadora de estos medios depende de que su aplicación esté guiada por principios comunitarios en lugar de ser únicamente comerciales.

En otras palabras, la transformación social a través de plataformas digitales resulta más eficiente si se aplica con un enfoque inclusivo, relevante culturalmente y con metas colectivas definidas

2.2.1.4. Teoría de la convergencia mediática

La teoría de la convergencia, desarrollada por Henry Jenkins (2006) y ampliada por Scolari (2013), nos enseña que vivimos en un entorno donde los medios tradicionales y digitales se entrelazan, creando espacios interactivos donde las audiencias ya no son solo receptoras, sino también productoras de contenido. En el caso de Las Huacas, esta perspectiva resulta fundamental para entender cómo Facebook se convierte en una

herramienta que permite a la comunidad no solo informarse, sino también interrelacionarse, coordinar acciones y fortalecer su sostenibilidad local, aprovechando la cultura participativa y la circulación constante de ideas entre plataformas y personas.

Jenkins (2006) describe de qué manera los medios convencionales y los emergentes, como Facebook, se relacionan dentro de una cultura donde hay participación activa. Esto es importante porque el estudio se enfoca en cómo las comunidades utilizan Facebook para interactuar, coordinarse y fomentar la sostenibilidad en su área local. En su planteamiento la “‘convergencia’ es flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento” (pág. 14).

Además, señala que “‘convergencia’ es una palabra que logra describir los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en función de quienes hablen y de aquello a lo que crean estar refiriéndose” (pág. 14). En la cultura digital, los usuarios ya no son solo receptores pasivos de información, sino que se convierten en productores de contenido, lo que Jenkins denominó "cultura de la convergencia" (Jenkins, 2006 citado en Scolari, 2013)

2.2.1.5. Teoría del prosumidor digital (Toffler, 1980; Fuchs, 2010):

La teoría del prosumidor, introducida por Toffler (1980) y ampliada por autores como Fuchs (2010) y Aparici & García-Marín (2018), describe cómo en el entorno digital los usuarios no se limitan a consumir contenidos, sino que participan activamente en su producción, generando así un trabajo digital que transforma las dinámicas comunicativas. En el caso de la comuna Las Huacas, este enfoque resulta esencial para entender cómo sus habitantes no solo acceden a información en Facebook, sino que crean publicaciones, organizan eventos y comparten mensajes que fortalecen tanto la sostenibilidad local como la cohesión comunitaria, convirtiéndose en actores clave del cambio social.

El concepto de prosumidor se refiere a cómo las personas, particularmente en redes sociales como Facebook, no solo se dedican a consumir información, sino que también participan en su creación de manera activa. Según Aparici & García-Marín, (2018) “Alvin Toffler enuncia por primera vez su teoría del prosumidor, de raíz eminentemente económica y centrada en el mercado” (pág. 70). Fuchs (2010), (citado en Aparici & García-Marín 2018), retoma la noción de trabajo de las audiencias propuesta por Smythe (1977) para plantear el concepto de «trabajo del prosumidor mediático y de Internet» (pág. 70), entendiendo que las plataformas digitales extraen valor económico del contenido y la actividad de los usuarios.

Describe que los usuarios no solo consumen información, sino que también la producen (ejemplo: crean publicaciones, eventos, videos). Se enmarca dentro de proceso teórico porque en Facebook los comuneros no solo reciben información, sino que también crean y difunden contenidos que fortalecen su comunidad.

2.2.1.6. Teorías de Luis Ramiro Beltrán y Jesús Martín-Barbero sobre Comunicación Alternativa y Comunitaria

Luis Ramiro Beltrán y Jesús Martín-Barbero repensaron la comunicación desde una mirada latinoamericana, crítica y profundamente humana. Coincidieron en que comunicar no es solo transmitir mensajes, sino un acto político y cultural que puede transformar realidades y empoderar a las comunidades.

Beltrán vio la comunicación como un motor para el desarrollo social con justicia. Para él, las personas no deben ser simples receptoras de información, sino protagonistas con voz propia. Defendió el acceso equitativo a los medios, la participación activa y el uso de canales alternativos frente al dominio de los medios tradicionales, criticando fuertemente un modelo de desarrollo que deja a la gente afuera.

Martín-Barbero, por su parte, puso el foco en cómo la cultura y los medios moldean nuestras identidades y formas de vivir. Destacó la importancia de entender los vínculos entre la comunicación popular y la masiva, y cómo en ese cruce se construyen sentidos y resistencias cotidianas. Su enfoque, interdisciplinario y crítico, mostró que la comunicación alternativa no solo informa: transforma y redistribuye el poder.

Ambos autores ofrecieron herramientas para pensar una comunicación más justa, participativa y conectada con la realidad de los pueblos latinoamericanos. Una comunicación que no impone, sino que escucha, dialoga y construye comunidad.

2.2.1.6.1. Teoría: Comunicación para la liberación

Luis Ramiro Beltrán es considerado uno de los padres fundadores de la comunicación alternativa en América Latina. Su propuesta se enmarca en lo que él llamó una “comunicología de la liberación”, que rompe con el modelo vertical y mercantilista de los medios tradicionales, buscando horizontalidad y participación real de las comunidades. Según Valdez-López et al. (2019), Beltrán propone superar las limitaciones del pensamiento occidental recuperando valores ontológicos y epistémicos propios de América Latina, para conformar un diálogo intercultural genuino entre culturas del sur y del norte. Esta visión crítica no busca anular la racionalidad occidental, sino complementarla con saberes locales (Valdez-López et al., 2019).

Beltrán también hace un fuerte aporte desde la economía política de la comunicación, identificando las raíces estructurales del subdesarrollo mediático en América Latina. Herrera-Jaramillo y Bolaño (2019) destacan su análisis de las contradicciones del capitalismo en la región, particularmente el papel de los medios de comunicación como agentes de mediación social que reproducen desigualdades. En su texto sobre la “revolución verde” y el desarrollo rural, Beltrán señala el “efecto demostración” como un mecanismo de dominación simbólica que impide procesos de

cambio genuinos, ya que genera aspiraciones de consumo que no corresponden a las realidades locales (Herrera-Jaramillo & Bolaño, 2019).

Otro campo clave de su influencia es la formación académica. Rocha Torres (2022) analiza cómo los programas de posgrado en comunicación participativa en América Latina recogen la herencia de Beltrán, aunque enfrentan retos como la precariedad institucional y la falta de formación docente. Según este autor, el desarrollo de maestrías en comunicación en la región sigue siendo limitado, lo que dificulta consolidar redes de investigación que fortalezcan la comunicación para el cambio social (Rocha Torres, 2022).

La obra de Luis Ramiro Beltrán articula pensamiento crítico, propuestas pedagógicas y modelos prácticos de comunicación. Su enfoque busca una democratización real de los medios, donde la comunicación sea entendida como un derecho y no como un servicio mercantil. Sus aportes siguen vigentes, especialmente en el debate sobre cómo superar las estructuras coloniales y capitalistas que limitan el desarrollo de los pueblos latinoamericanos.

2.2.1.6.2. Teoría de las Mediaciones y cultura popular

Jesús Martín-Barbero revolucionó los estudios de comunicación al introducir la noción de “mediaciones”, entendidas como las instancias culturales y sociales que median entre la producción y la recepción de mensajes. Según Tejada et al. (2024), su pensamiento ha marcado a generaciones de investigadores, especialmente en relación con las culturas digitales y las resistencias locales. La “Cátedra Jesús Martín-Barbero” recoge encuentros académicos donde se reflexiona sobre su legado, mostrando cómo su obra trasciende los marcos disciplinares tradicionales para dialogar con las artes, la política y la vida cotidiana (Tejada et al., 2024).

En el campo de la comunicación alternativa, Martín-Barbero aporta una visión que rompe con los enfoques binarios de “desarrollo” o “alternativa”, proponiendo pensar la

comunicación desde las necesidades y sentidos de las comunidades. Rodríguez y Quijano (2014) llaman a esto una “tercera vía”, que toma lo mejor de ambas tradiciones pero sin someterse a dogmas teóricos. Así, la comunicación para el cambio social no se plantea como una simple herramienta de intervención, sino como un proceso dialógico que reconoce los saberes locales y los integra en la producción de sentido colectivo (Rodríguez & Quijano, 2014).

Uno de los campos donde más se expresa el legado de Martín-Barbero es en las radios comunitarias. Agüero y Müller (2018) muestran cómo estas emisoras en el noreste argentino funcionan como espacios de resistencia cultural, donde las comunidades ejercen su derecho a la comunicación desde sus propios territorios y prácticas. Estas experiencias no solo producen contenidos, sino que movilizan procesos de identidad, memoria y lucha social, conectando directamente con las mediaciones barbianas (Agüero & Müller, 2018).

Martín-Barbero nos invita a repensar la comunicación popular no como un campo marginal, sino como un espacio central para comprender las dinámicas sociales en América Latina. Su enfoque en las mediaciones culturales permite entender por qué las comunidades se apropian de los medios y cómo resignifican los discursos hegemónicos. Este aporte sigue siendo esencial para quienes buscan fortalecer proyectos de comunicación comunitaria, desde una perspectiva crítica y situada.

2.2.2. Categorías fundamentales

2.2.2.1 Comunicación digital comunitaria

La comunicación digital comunitaria se refiere al uso de plataformas digitales como herramientas para fortalecer la identidad, participación y autonomía de grupos sociales específicos, especialmente en contextos rurales o marginados. Según Olmedo Neri (2023), este tipo de comunicación debe entenderse como una práctica territorializada que articula los saberes locales con dinámicas tecnológicas contemporáneas, permitiendo que las

comunidades generen sus propios relatos, gestionen su información y participen activamente en su desarrollo.

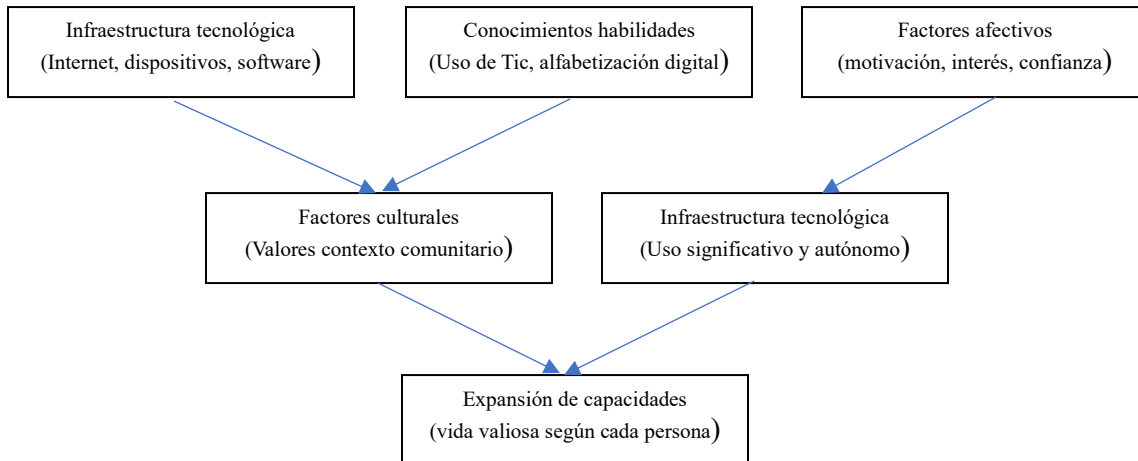
En este enfoque, la comunicación no es solo transmisión de información, sino una herramienta política y cultural de transformación social. “Ahora bien, la cultura digital aborda el estudio de los aspectos sociales, culturales, éticos y estéticos de las tecnologías de la información y la comunicación, es decir, no se limita a la producción cultural y literal de arte y conocimiento” (Hunsinger, 2019; Khan, 2018, como se citó en Pinargote López et al., 2019, p.47).

Mendoza-Ramírez (2020, p. 43), citado en Suntaxi Andrade (2023), señala:

Las nuevas herramientas tecnológicas han permitido una mayor difusión de los distintos grupos que promueven la información comunitaria, incluyendo los grupos religiosos, iglesias electrónicas y demás grupos eclesiásticos que se enfocan en la comunicación comunitaria para alcanzar sus metas y seguidores.

Rodríguez Gallardo (2006) plantea como “la premisa básica de la brecha digital es la diferencia que existe entre individuos y sociedades que tienen acceso a los recursos tecnológicos de cómputo, telecomunicaciones e Internet” (pág. 21). La brecha digital no es solo cuestión de tener o no acceso a computadoras o internet. Detrás de ella también están las diferencias sociales, educativas, económicas y culturales que marcan el día a día de las personas. Cerrar esta brecha no significa únicamente entregar tecnología, sino también enseñar a usarla, motivar un aprovechamiento significativo de las TIC y garantizar que todos puedan ejercer sus derechos y participar plenamente en el mundo digital.

Cuadro 1
Brecha digital desde el enfoque de capacidades (Amartya Sen)



Nota. Elaboración propia basada en Sen (1993, 1998).

2.2.2.2 Comunicación digital comunitaria

La comunicación digital comunitaria se refiere al uso de plataformas digitales como herramientas para fortalecer la identidad, participación y autonomía de grupos sociales específicos, especialmente en contextos rurales o marginados.

Gumucio Dagron (2005) sostiene que:

La dinámica de la comunicación comunitaria no puede medirse solamente en cifras y mercados, sino a través de una comprensión de los fenómenos de sociedad que giran alrededor del derecho que tienen los más pobres a la expresión y al libre acceso a la información. Los procesos de comunicación participativa no son lineales y homogéneos, por ello requieren de un esfuerzo de comprensión y empatía que tomen en cuenta la especificidad y la diversidad de las experiencias. (p. 18)

Este tipo de interacción debe verse como una práctica anclada en el territorio que conecta los conocimientos autóctonos con las tecnologías actuales, lo cual permite a las comunidades crear sus propias narrativas, administrar su información y involucrarse

plenamente en su progreso. Dentro de esta perspectiva, la comunicación no se limita a la difusión de datos, sino que se convierte en un instrumento político y cultural de cambio social.

2.2.2.3. Definición y características de la comunicación comunitaria en entornos digitales

La comunicación digital comunitaria se entiende como el uso de tecnologías de la información para fortalecer el diálogo, la participación y la identidad colectiva de las comunidades. Debanne (2023) afirma que “en los barrios, en las ciudades, en el campo, en las organizaciones, las experiencias de comunicación comunitaria son espacios de encuentro” (p. 11). En este sentido, la comunicación digital comunitaria no se limita a replicar medios tradicionales en línea, sino que permite crear nuevos espacios de educación, participación y organización social, basados en la horizontalidad y la colaboración (Giraldo-Ramírez et al., 2023).

La comunicación digital comunitaria entiende como el uso de tecnologías de la información fortalece el diálogo, la participación y la identidad colectiva de las comunidades. En este sentido, Ferreira Cortes & Kroth (2014) aseguran que “surge una sociedad en red, donde distintas estructuras y sujetos están definidos por sus significados. Las imágenes y textos en el entorno virtual tienen significados plurales, reflejando una aculturación general y la participación de todos en un espacio considerado democrático (pág. 298).

Por su parte, Dávila Cobo y Molina (2019) señalan:

La comunicación comunitaria propende a la integralidad y responsabilidad para expresar y fortalecer formas de vida en las que la razón instrumental no sea la guía dominante, con una ética de fomento a interrelaciones que superen las lógicas de dominación y que deberían diferenciarla de una comunicación privada-comercial y pública. (pág. 10)

La comunicación comunitaria en entornos digitales se define como un proceso colaborativo que emplea tecnologías digitales para fortalecer las conexiones sociales, facilitar la organización a nivel local y fomentar el acceso a la información de manera colectiva. A diferencia de la comunicación masiva, este modelo enfatiza la horizontalidad y el empoderamiento tecnológico de los participantes sociales.

Entre sus características más destacados está la capacidad de inmediatez, que permite la rápida divulgación de información relevante para la comunidad. También se resalta su capacidad de interactividad, que promueve la participación activa a través de plataformas como redes sociales y aplicaciones de mensajería. La multimedialidad enriquece las posibilidades creativas mediante la fusión de texto, imágenes, audio y video, mientras que la accesibilidad y la capacidad de personalización facilitan la inclusión y adaptación de los contenidos a las realidades locales.

En conjunto, estas perspectivas ayudan a entender que la comunicación dentro de la comunidad en el entorno digital no solo se basa en el uso de tecnologías, sino que también implica un compromiso ético y político hacia la construcción conjunta de significados, la aceptación de diversas identidades y la participación activa en plataformas que trascienden el ámbito comercial e institucional. De esta forma, el entorno digital se convierte en una extensión del espacio comunitario, donde las prácticas comunicativas tradicionales asumen nuevos significados basados en principios de inclusión, equidad y transformación social.

2.2.2.4 Medios y herramientas en la comunicación digital comunitaria

Entre los medios más destacados de comunicación comunitaria digital se encuentran las plataformas de radio en línea, los grupos de Facebook, los podcasts, y aplicaciones de mensajería instantánea. Durante el contexto pandémico, las comunidades en Costa Rica modificaron sus dinámicas de comunicación, reemplazando las actividades presenciales por el uso de redes sociales y plataformas digitales, lo que permitió mantener

el vínculo entre sus integrantes y promover acciones colectivas, especialmente en temas relacionados con infraestructura vial (García Chaves & Pérez Carrillo, 2023).

En la siguiente tabla se presentan los principales tipos de comunicación digital, adaptados del blog educativo de CEUPE (s.f.).

Tabla 2
Tipos de comunicación digital y sus características principales

Tipo de comunicación digital	Características principales	Ejemplos comunes
1. Sincrónica	Se lleva a cabo en tiempo real, lo que permite que los participantes interactúen simultáneamente.	Videoconferencias (Zoom, Google Meet), mensajería instantánea (WhatsApp, Slack)
2. Asincrónica	No requiere coincidencia temporal entre emisor y receptor; los mensajes pueden responderse después.	Correos electrónicos, foros en línea (Reddit, LinkedIn)
3. Redes sociales	Plataformas que facilitan la creación y distribución de contenido, además de la interacción entre usuarios.	Facebook, Twitter, Instagram
4. Blogs y sitios web	Herramientas digitales que permiten la publicación estructurada y continua de contenidos.	WordPress, Blogger, sitios corporativos
5. Podcasts	Formato de audio disponible en línea que permite el consumo de contenidos en cualquier momento.	Spotify, Apple Podcasts, iVoox

Nota. Adaptado de (CEUPE, s.f.).

García Chaves & Pérez Carrillo (2023) asegura que “las comunidades, haciendo uso de medios tecnológicos, logran articular algunos esfuerzos con el gobierno local, algunas instituciones, además de sus propios vecindarios” (p. 18).

Entonces los medios digitales han ampliado significativamente las posibilidades de comunicación en contextos comunitarios, permitiendo a los grupos sociales mantener la

cohesión, organizarse y responder colectivamente ante situaciones críticas, como ocurrió durante la pandemia. Herramientas como redes sociales, plataformas de mensajería, blogs y podcasts no solo favorecen la difusión de información, sino que también fortalecen la participación ciudadana y el vínculo entre actores locales. Al apropiarse de estos recursos, las comunidades no solo se adaptan a la era digital, sino que potencian su capacidad de autogestión y articulación con otras instancias sociales e institucionales (García Chaves & Pérez Carrillo, 2023).

El uso de medios digitales comunitarios, como redes sociales, mensajería instantánea, blogs y podcasts, ha demostrado ser esencial para fortalecer la organización y participación ciudadana en contextos locales, especialmente durante situaciones críticas como la pandemia (García Chaves & Pérez Carrillo, 2023).

En el caso de Las Huacas, Facebook no solo puede verse como una plataforma de difusión, sino como un espacio estratégico para mantener la cohesión comunitaria, visibilizar problemáticas locales, coordinar esfuerzos colectivos y articularse con actores institucionales. Así, al igual que en otras comunidades, la apropiación de herramientas digitales potencia la capacidad de autogestión, empoderamiento y sostenibilidad local, posicionando a los habitantes como protagonistas activos de su desarrollo.

2.2.2.4 Impacto social y educativo de la comunicación digital comunitaria

La comunicación digital comunitaria tiene un profundo impacto social al fortalecer el tejido comunitario, empoderar a los ciudadanos y promover el acceso igualitario a la información. Según Torres Velázquez & Palumbo (2023) “comprende los espacios escolares, tanto como otros no escolares, pero con altos grados de sistematización y planificación que usualmente adoptan la forma-taller; y también una amplia gama de prácticas que se inscriben en la cotidianeidad de la vida” (p. 4).

Así mismo, el uso de herramientas digitales fomenta prácticas educativas alternativas dentro de la comunidad, construidas desde los saberes locales y la participación activa de los miembros en los diferentes contextos que les ocupan. Según Zuñiga Oñate (2024) “A medida que exploramos el impacto de la comunicación digital en el bienestar psicológico, es esencial considerar estrategias que fomenten un uso saludable y equilibrado de la tecnología” (p. 6311).

La comunicación digital comunitaria tiene un profundo impacto social al fortalecer el tejido comunitario, empoderar a los ciudadanos y promover el acceso igualitario a la información. Según Torres Velázquez y Palumbo (2023), las experiencias pedagógicas en comunidades rurales durante la pandemia demostraron cómo lo educativo y lo comunitario se entrelazan, no solo en espacios escolares, sino también en prácticas cotidianas que adoptan formas como talleres, encuentros y proyectos digitales, ampliando horizontes pedagógicos en entornos rurales.

Asimismo, el uso de herramientas digitales fomenta prácticas educativas alternativas construidas desde los saberes locales y la participación activa de los miembros de la comunidad. Iglesias Vidal et al. (2020) destacan que, para avanzar hacia una educación sostenible y comunitaria, es esencial promover una cultura del cuidado y la conexión intergeneracional, especialmente tras el impacto social y educativo que dejó la pandemia.

Por otro lado, Montoya Ortega y Contreras Toledo (2022) muestran cómo campañas de comunicación intercultural en contextos comunitarios, como en la costa Caribe de Nicaragua, lograron combinar medios digitales y analógicos para fortalecer el acompañamiento social y la prevención en salud, evidenciando que la comunicación digital puede ser una herramienta clave para mitigar riesgos y mejorar el bienestar colectivo.

La comunicación digital comunitaria no solo transforma la manera en que circula la información, sino que también refuerza los vínculos sociales, impulsa el aprendizaje

colectivo y permite a las comunidades apropiarse de herramientas que potencien su resiliencia, su capacidad organizativa y su desarrollo sostenible.

2.2.3. Sostenibilidad local

La sostenibilidad en comunidades locales no solo implica el equilibrio ecológico, sino también la conservación de su cultura, economía y tejido social. Desde una visión integradora, se promueve el empoderamiento de las comunidades para que desarrollen capacidades propias y sean protagonistas de su transformación. García Salirrosas, Geñua Lizunde y Pariona Huamaní (2020) abordan este concepto desde la co-creación de valor en redes sociales, señalando que los medios digitales pueden fomentar prácticas productivas sostenibles al visibilizar saberes y productos locales, generando vínculos entre productores y consumidores comprometidos con el desarrollo justo.

La sostenibilidad local depende, pues, de la innovación. De nuevos procesos que se hayan gestado desde el atrevimiento a pensar más allá de los parámetros de intervención urbana ya definidos. Pero para gestionar el hábitat urbano desde aproximaciones y soluciones nuevas se requiere un espacio y un clima adecuado que facilite la expresión nuevas ideas, aproximaciones, procesos y metodologías a compartir entre los diversos agentes locales y la ciudadanía.

Además, el papel de las comunidades rurales como centros de innovación social y educativa es clave para fortalecer la sostenibilidad local. Sánchez-Castillo y Gómez-Cano (2024) destacan que las escuelas rurales no solo son espacios de formación académica, sino también de transferencia de conocimiento para el desarrollo comunitario, especialmente cuando incorporan tecnologías de la información que ayudan a superar barreras de acceso y promueven el aprendizaje colaborativo (Sánchez-Castillo & Gómez-Cano, 2024). Esto demuestra que la sostenibilidad no depende únicamente de recursos naturales, sino también de la capacidad de la comunidad para adaptarse, innovar y generar soluciones desde sus propios saberes.

Por otra parte, Montoya Ortega y Barbeito Veloso (2023) resaltan el papel de la radio comunitaria en Nicaragua como herramienta de comunicación intercultural que fortalece los procesos de transformación social en territorios indígenas y afrodescendientes (Montoya Ortega & Barbeito Veloso, 2023). Estas experiencias muestran cómo los medios comunitarios permiten articular dimensiones sociales, políticas y culturales, generando cohesión local y contribuyendo al desarrollo sostenible desde una perspectiva inclusiva y participativa. Así, la sostenibilidad local se refuerza cuando se garantiza el acceso a medios de comunicación que reconozcan la diversidad cultural y permitan el ejercicio efectivo del derecho a la comunicación.

Concepto de sostenibilidad local en comunidades

La sostenibilidad ha sido definida como “satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las futuras generaciones de satisfacer sus necesidades propias” (Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (WCED), 1987). La sostenibilidad local hace referencia a la capacidad de las comunidades para mantener y fortalecer durante un largo tiempo sus sistemas económicos, sociales y ambientales de forma autónoma y adaptativa sin causar daño al medio ambiente.

Morales Pérez (2006) señala lo siguiente:

El desarrollo local sostenible constituye un enfoque en la conceptualización del desarrollo que surge en contraposición al carácter netamente cuantitativo que ha tenido el desarrollo y considerando el papel tan importante que puede jugar el territorio local como agente del desarrollo sostenible. (p. 69)

2.2.3.1. Dimensiones y factores que fortalecen la sostenibilidad

Desde una perspectiva comunitaria, la sostenibilidad local no solo depende de factores ecológicos, sino también de procesos organizativos, identitarios y educativos que promuevan la participación activa de sus habitantes. Según Sánchez-Castillo y Gómez-

Cano (2024), el fortalecimiento de las capacidades locales para la gestión del conocimiento, especialmente en territorios rurales, es clave para impulsar transformaciones sostenibles que respondan a las realidades específicas del entorno.

2.2.3.1.1. La sostenibilidad medioambiental

Definición

- Capacidad de mantener el equilibrio ecológico a largo plazo mediante acciones responsables que protejan el medio natural, garantizando que los recursos disponibles hoy también estén accesibles para las generaciones futuras.

Factores

- La contaminación del aire, el agua y el suelo;
- El cambio climático, provocado por la excesiva cantidad de gases de efecto invernadero liberados a la atmósfera debido a las actividades humanas;
- La pérdida de biodiversidad; La sobreexplotación de los recursos naturales;
- Los modelos económicos que implican consumos no sostenibles.

Objetivos

- Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en sectores clave como la energía, la industria, la agricultura y el transporte.
- Fomentar el uso y la producción de energías renovables.
- Implementar políticas que protejan la biodiversidad abordando sus causas directas.
- Adoptar prácticas agrícolas sostenibles con tecnología como la agricultura de precisión, regenerativa, hidroponía o aeroponía.
- Concienciar y comprometer a las comunidades en temas de sostenibilidad ambiental. Impulsar la economía circular para reducir el desperdicio y reutilizar recursos.

Nota. Contenido parafraseado de Enel (Enel, 2023).

2.2.3.1.2. Sostenibilidad social

Definición

- La sostenibilidad social se centra en garantizar el bienestar de las personas y comunidades, promoviendo la equidad, los derechos humanos, el acceso a servicios básicos como educación, salud y empleo digno. Busca construir sociedades inclusivas, reducir las desigualdades y asegurar la justicia y cohesión social a largo plazo.

Principales desafíos a superar:

- La pobreza y las desigualdades socioeconómicas.
- La discriminación, los prejuicios y la exclusión social.
- La falta de acceso equitativo a recursos y oportunidades.
- La inseguridad y los conflictos sociales a distintos niveles.
- La mala gobernanza, incluyendo corrupción e ineficacia institucional.

Objetivos

- Promover políticas que respeten los derechos humanos fundamentales, especialmente en salud y educación.
- Fomentar prácticas que valoren la diversidad y la inclusión de personas de todos los orígenes y condiciones.
- Crear entornos seguros con sistemas de justicia eficaces.
- Mejorar la salud y el bienestar físico y mental mediante servicios sanitarios de calidad.

Resultados esperados de una gestión responsable

- Menor impacto ambiental.
- Mayor equidad y justicia económica.
- Sistemas económicos resilientes ante crisis.
- Compromiso empresarial con prácticas éticas y sostenibles.

Nota. Contenido parafraseado de Enel (2023).

2.2.3.1.3. Sostenibilidad económica

Definición

- La sostenibilidad económica se refiere a la realización de actividades productivas de forma que se asegure el bienestar económico a largo plazo. Busca equilibrar el crecimiento económico con la eficiencia en el uso de recursos, la equidad social y la estabilidad financiera, promoviendo un desarrollo duradero y justo.

Factores que influyen en la sostenibilidad económica

- Gestión eficiente y responsable de los recursos.
- Innovación y eficiencia en sistemas económicos y empresas.
- Estabilidad financiera a nivel nacional e internacional.
- Políticas sociales que aborden temas como pobreza, igualdad y sostenibilidad ambiental.
- Alianzas público-privadas y cooperación internacional.
- Inclusión y equidad en el acceso a oportunidades.
- Responsabilidad y ética empresarial.

Acciones clave para lograr una economía sostenible

- Fomentar el uso de energías renovables.
- Implementar políticas de eficiencia energética y economía circular.
- Promover la inclusión social y económica.
- Invertir en innovación tecnológica.
- Asegurar una gobernanza eficaz, ética y transparente.
- Educar y sensibilizar a la ciudadanía sobre sostenibilidad económica.

Nota. Contenido parafraseado de Enel (2023).

2.2.3.1.4. Sostenibilidad ética

Definición

- Da sentido a los demás, funcionando como base moral para las decisiones y acciones en torno al desarrollo sostenible..

Principios que orientan las prácticas de sostenibilidad en todos los niveles

- Integridad.
- Transparencia.
- Equidad.
- Respeto por la diversidad.
- Promoción del bienestar colectivo

Criterio transversal,

- Los derechos humanos sean respetados.
- Las condiciones laborales en las cadenas de suministro sean justas.
- Las decisiones económicas, sociales y ambientales se fundamenten en la justicia y la responsabilidad.

Nota. Contenido parafraseado de Enel (2023).

Entre los factores que fortalecen la sostenibilidad en comunidades locales se destacan:

1. La organización social de base,
2. la conservación del entorno natural,
3. el fortalecimiento de economías solidarias,
4. el acceso a tecnologías apropiadas, y
5. la transmisión intergeneracional de saberes.

Estas condiciones permiten generar autonomía en la toma de decisiones, resiliencia ante crisis ambientales y apropiación cultural del territorio (Torres Velázquez & Palumbo, 2023).

2.2.3.2. Sostenibilidad local e historia de Las Huacas

Las Huacas es una comunidad cuyo nombre guarda una estrecha relación con su historia ancestral. Según el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Jambelí, (2020) “Las Huacas recibe su nombre por los entierros hechos por antepasados. Según los relatos, en la noche en ciertos algarrobos salía fuego. Estos sitios eran marcados para posteriormente sacar restos, tesoros, vasijas, entre otros artículos. Algunas personas morían intoxicadas por los gases percibidos al sacar estos artículos enterrados” (p. 16). Además, la comunidad forma parte de hechos históricos relevantes, como el naufragio del barco Faraón en los años 40, en el que murieron aproximadamente 120 personas – turistas de clase alta (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Jambelí, 2020).

En términos de sostenibilidad, Las Huacas ha sido reconocida por sus esfuerzos en turismo comunitario y preservación cultural. El PDOT (2020) señala que uno de los objetivos es aumentar los sitios patrimoniales de gestión cultural comunitaria para fomentar el turismo sostenible, crear empleo y promover la cultura y los productos locales, alineándose así con los Objetivos de Desarrollo Sostenible al 2030. Esto evidencia un compromiso de la comunidad no solo con la preservación ambiental, sino también con el fortalecimiento de su identidad cultural.

Sin embargo, persisten desafíos importantes relacionados con las condiciones de vida. El documento destaca la falta de alcantarillado, el acceso limitado a internet y telefonía en Las Huacas y Bellavista, así como la erosión costera que amenaza a todas las comunas del archipiélago (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Jambelí, 2020). Estas problemáticas requieren de estrategias de intervención que incluyan la participación comunitaria y la colaboración institucional.

Un ejemplo destacado de organización local es la Asociación de Mariscadores y Pescadores Las Huacas, creada en 2003, que agrupa a 31 socios y 14 socias comprometidos con la protección del manglar y la promoción del desarrollo sostenible. Esta asociación ha

gestionado actividades médicas, ambientales y de infraestructura, convirtiéndose en un actor clave en la construcción del bienestar colectivo (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Jambelí, 2020).

2.2.4. Facebook como herramienta de comunicación en comunidades rurales

Facebook, por su bajo costo y amplia penetración, se ha convertido en una plataforma clave para la comunicación local en zonas rurales.

Bedón Andrade (2021) afirma:

Facebook es el modelo de negocio y de acumulación paradigmático del capitalismo mundial, y que su influencia global y cotidiana alcanza a cerca de la mitad de internautas existentes, las tres cuartas partes de quienes usan regularmente sitios de redes sociales, y la gran mayoría de los que utilizan teléfonos móviles alrededor del mundo. (p. 13)

Su capacidad para facilitar el intercambio horizontal, la creación de contenidos propios y la interacción comunitaria le confiere un enorme potencial como herramienta de empoderamiento digital. García Aguilera et. al., (2020) demostraron que, a través de procesos de alfabetización digital, comunidades rurales —especialmente mujeres— pueden utilizar esta red social para mejorar su integración social y laboral, construir redes de apoyo y promover proyectos colectivos.

Mejía Loza (2023) señala:

Facebook es una red social versátil que ofrece diversas formas de interacción, lo que resulta beneficioso para las personas. Esta plataforma permite mantenerse conectados con familiares y amigos, incluso a distancia, así como acceder a noticias locales y utilizar una amplia gama de herramientas para llevar a cabo actividades variadas. Tanto en el ámbito profesional como en el personal, Facebook ha

demostrado ser útil para desarrollar trabajos y promover información relevante. (págs. 21-22).

El potencial de Facebook se multiplica cuando se combina con procesos de alfabetización digital, permitiendo a las comunidades fortalecer sus vínculos, difundir información útil y liderar iniciativas de desarrollo colectivo.

2.2.4.1. Acceso y alfabetización digital en comunidades rurales

El acceso a tecnologías digitales y la alfabetización digital son condiciones esenciales para el uso efectivo de Facebook en comunidades rurales. García Chaves y Pérez Carrillo (2023) señalaron que la brecha digital fue una de las principales dificultades para las organizaciones comunitarias en Costa Rica durante la pandemia, afectando la posibilidad de mantener la comunicación mediante plataformas digitales (García Chaves & Pérez Carrillo, 2023). Este dato refleja que, si bien Facebook es una herramienta accesible, su aprovechamiento pleno depende de competencias digitales básicas.

Según Martínez et al. (2021, como se citó en Guamán-Chávez et al., 2023, p. 85) “la alfabetización digital es un conjunto de competencias, conocimientos, habilidades y actitudes que permiten el uso seguro y crítico de las TIC, para consumir, producir y participar en el ecosistema digital”

Además de superar la brecha digital, es fundamental reconocer el papel de las tecnologías digitales como motor para fortalecer los procesos educativos y comunitarios. Sánchez-Castillo y Gómez-Cano (2024) señalan que las escuelas rurales no solo son espacios de aprendizaje formal, sino también centros de innovación y transferencia de conocimiento comunitario, especialmente cuando incorporan herramientas tecnológicas que permiten superar limitaciones geográficas y sociales. Este enfoque muestra que fortalecer la alfabetización digital no solo beneficia el acceso a plataformas como Facebook, sino que también potencia la capacidad de las comunidades para generar y

compartir saberes locales, promoviendo la resiliencia social y educativa (Sánchez-Castillo & Gómez-Cano, 2024). (2023)

Por otra parte, Montoya Ortega y Barbeito Veloso (2023) destacan que los medios comunitarios, como la radio intercultural en la Costa Caribe de Nicaragua, desempeñan un papel crucial en la transformación social al articular comunicación, cultura e identidad local. Estos espacios no solo informan, sino que también generan cohesión social y participación activa, fortaleciendo la sostenibilidad local desde una perspectiva inclusiva y participativa (Montoya Ortega & Barbeito Veloso, 2023). En este sentido, al integrar herramientas digitales con medios tradicionales, las comunidades pueden ampliar su alcance, fortalecer sus redes y consolidar procesos de desarrollo propios, adaptados a sus necesidades y contextos.

2.2.4.2. Usos de Facebook para comunicación social, educativa y organizativa

Facebook ha sido utilizado en comunidades rurales como un medio versátil para informar, educar, coordinar actividades y fortalecer redes sociales. “Facebook es desarrollada por más de un millón de programadores en más de 180 países del mundo que han creado para esta red más de 500 000 aplicaciones” (Zuckerfeld, citado en Bedón Andrade, 2021, p. 20).

Asimismo, las redes sociales no solo permiten compartir información, sino que también fomentan la formación de espacios de conversación igualitarios, que son clave en entornos comunitarios. Estos lugares ofrecen a los participantes la oportunidad de manifestar sus inquietudes, intercambiar conocimientos locales y desarrollar respuestas conjuntas a desafíos compartidos. De este modo, las plataformas digitales no solo mejoran la comunicación, sino que igualmente promueven la participación activa y la unidad social.

Según Javier Melero, citado en Guía de Facebook para educadores, el uso adecuado de Facebook en el aula puede promover un ambiente relajado, agradable y acogedor

que anime a la participación de los estudiantes. Los alumnos se sienten cómodos cuando aprenden a través de esta herramienta, porque es un medio cercano a sus intereses y porque la mayoría de ellos lo usan todos los días. Además, puede promover la colaboración y el intercambio social entre los alumnos y profesores.” Javier Melero, Profesor de Química del Colegio San Patricio (The Education Foundation et. al., 2015 p. 10)

2.2.4.3. Ventajas y desafíos del uso de Facebook en contextos rurales

Entre las principales ventajas del uso de Facebook en comunidades rurales se encuentran su bajo costo de acceso, la facilidad de uso y su capacidad para llegar a públicos amplios. Sin embargo, los desafíos incluyen la brecha digital, la dependencia de infraestructuras externas y las dificultades para garantizar la privacidad y seguridad de los datos (García Chaves & Pérez Carrillo, 2023).

Entre las principales ventajas del uso de Facebook en comunidades rurales se destacan su bajo costo, facilidad de acceso y potencial para conectar a comunidades tradicionalmente aisladas. Según Lupien et al. (2019), el uso de tecnologías de información y comunicación (TIC) en comunidades indígenas de Ecuador ha permitido promover productos locales, generar ingresos y fortalecer su autonomía económica. Esto demuestra que plataformas como Facebook no solo sirven para socializar, sino que también son herramientas estratégicas para impulsar emprendimientos y dar visibilidad a saberes locales.

Sin embargo, los desafíos son significativos. La brecha digital, entendida como las limitaciones de infraestructura tecnológica, conectividad y formación, sigue siendo uno de los principales obstáculos para el uso efectivo de redes sociales en contextos rurales. Bermúdez (2023) señala que entre los jóvenes indígenas universitarios de México, Colombia y Bolivia persisten carencias en acceso a infraestructura, habilidades tecnológicas y estrategias para superar las condiciones adversas de conectividad. Esto

evidencia que, sin inversiones paralelas en alfabetización digital y acceso equitativo, el impacto positivo de herramientas como Facebook se ve reducido.

Frente a este panorama, iniciativas de alfabetización digital crítica son fundamentales. Castillo Hellmund (2018) destaca que los procesos de formación digital deben ir más allá del aprendizaje técnico y promover prácticas de libertad, diálogo y solidaridad, permitiendo a las comunidades ejercer un uso empoderado de la tecnología. En este sentido, Facebook puede convertirse en un espacio de participación activa, donde las comunidades no solo consuman contenidos, sino que produzcan mensajes propios, defiendan sus derechos y fortalezcan su tejido social.

La sostenibilidad del uso de estas herramientas depende de la articulación entre actores comunitarios, instituciones educativas y organizaciones gubernamentales. Chanto Espinoza y Loáiciga Gutiérrez (2021) advierten que, en contextos como Costa Rica, la baja conectividad en zonas rurales afecta directamente al desempeño educativo y social, profundizando desigualdades preexistentes. Por ello, el aprovechamiento pleno de Facebook como herramienta comunitaria requiere políticas públicas inclusivas que garanticen el acceso a infraestructura tecnológica, formación digital y protección de datos personales.

2.3 Fundamentación Legal

La comunicación digital comunitaria, la sostenibilidad local y el uso de redes sociales como Facebook en comunidades rurales se encuentran respaldados por diversos marcos normativos nacionales e internacionales que garantizan el acceso a la información, la participación social, la protección de datos personales y el derecho a la comunicación libre y diversa.

Normativas nacionales relevantes

Constitución de la República del Ecuador (2008)

Sección tercera comunicación e información

- **Artículo 16:** Toda persona tiene derecho a acceder libremente a información pública o de interés general, a través de cualquier medio de comunicación.
- **Artículo 17:** Se garantiza el derecho de las personas a acceder a tecnologías de información y comunicación libremente y sin discriminación.
- **Artículo 18:** Toda persona tiene derecho a buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural y sin censura previa.
- **Artículo 19:** Se reconoce y garantiza el derecho a la comunicación e información intercultural, diversa, incluyente y participativa.
- **Artículo 83, numeral 6:** Es deber de las personas promover el bien común y participar en la vida pública.

Ley Orgánica de Comunicación (2019)

Capítulo I: Principios generales

Tema: Naturaleza del derecho a la comunicación y su consideración como servicio público.

- **Artículo 5:** Define la comunicación como un servicio público que debe respetar los derechos constitucionales.

Capítulo II: Medios de comunicación

Sección: Medios comunitarios

Tema: Reconocimiento y fortalecimiento de los medios comunitarios.

- **Artículo 8:** Reconoce a los **medios comunitarios** como parte fundamental del ecosistema comunicativo, promoviendo su acceso a frecuencias y su fortalecimiento.

Capítulo II: Medios de comunicación

Sección: Principios y derechos de los medios

Tema: Diversidad y pluralismo en los medios, incluidos digitales.

- **Artículo 10:** Promueve la diversidad y el pluralismo en los medios de comunicación, incluidos los digitales.

Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (2021)

Capítulo I: Objeto, ámbito de aplicación y definiciones

Tema: Define qué son datos personales y establece los principios generales de protección aplicables en cualquier plataforma digital.

- **Artículo 3:** Define los datos personales y establece principios de protección en cualquier plataforma digital.

Capítulo II: Principios para el tratamiento de datos personales

Tema: Principio de consentimiento, que establece que los datos personales solo pueden ser tratados con autorización expresa del titular.

- **Artículo 5:** Principio de consentimiento: los datos personales solo podrán ser tratados con autorización expresa de sus titulares.

Capítulo V: Derechos de protección de datos personales

Tema: Derecho de acceso, actualización y rectificación de la información personal recopilada en medios digitales.

- **Artículo 28:** Garantiza el derecho de las personas a conocer, actualizar y rectificar su información personal recopilada en medios digitales.

Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) (2010)

Título I: Principios fundamentales

Capítulo I: Disposiciones generales

Tema: Promueve la participación ciudadana y el desarrollo local sostenible mediante mecanismos de comunicación y organización comunitaria

- **Artículo 6:** Promueve la participación ciudadana y el desarrollo local sostenible mediante mecanismos de comunicación y organización comunitaria.

Título I: Principios fundamentales

Capítulo I: Disposiciones generales

Tema: Fomenta la autogestión y sostenibilidad de las comunas, parroquias y territorios rurales.

- **Artículo 7:** Fomenta la autogestión y sostenibilidad de las comunas, parroquias y territorios rurales.

Normativas Internacionales relevantes

Declaración Universal de los Derechos Humanos (Naciones Unidas, 1948),

Parte: Declaración Universal de los Derechos Humanos

Tema: Derecho a la libertad de expresión y acceso a la información.

El texto dice:

- **Artículo 19:** Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

Agenda 2030 - Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2015):

- **ODS 9:** Innovación e infraestructura para acceso digital. → acceso digital e inclusión tecnológica.
- **ODS 11:** Ciudades y comunidades sostenibles. → desarrollo sostenible a nivel local.
- **ODS 16:** Paz, justicia e instituciones sólidas → garantizar acceso público a la información y fortalecer instituciones inclusivas

2.4 Idea a defender (Tesis central del estudio)

El diseño participativo de una estrategia de comunicación digital para la creación de una Fan Page en Facebook fortalecerá la sostenibilidad de la comuna Las Huacas, al fomentar la apropiación tecnológica, la organización social y la visibilización de sus problemáticas e iniciativas.

2.5 Variables

Variable dependiente:

Estrategia de comunicación digital participativa en Facebook

(Dimensiones: participación comunitaria, apropiación tecnológica, visibilidad de problemáticas).

Variable independiente:

Fortalecimiento de la sostenibilidad comunitaria de Las Huacas

(Dimensiones: contenidos, acciones, actores, enfoque participativo).

¿Cómo se relacionan?

La estrategia comunicacional (VI) busca influir positivamente sobre la sostenibilidad comunitaria (VD), al mejorar el acceso a la información, la participación digital y la cohesión social en la comuna.

-

2.6 Tabla de operacionalización de variables

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Escala	Técnicas e instrumentos
Estrategia de comunicación digital participativa en Facebook (<i>V. independiente</i>)	Propuesta diseñada para implementar una Fan Page comunitaria con participación local, orientada a la sostenibilidad.	Uso de medios digitales participativos	- Frecuencia de uso de Facebook - Tipos de contenido preferido - Interacción en redes sociales	Ordinal / nominal	Encuesta Entrevistas semiestructuradas Observación digital
		Apropiación tecnológica	- Capacidad para crear o compartir contenido - Acceso a dispositivos - Nivel de confianza digital	Ordinal	Encuesta Grupo focal Entrevista
		Diseño participativo	- Disposición a colaborar en una Fan Page - Opiniones sobre contenido útil - Reconocimiento de actores clave	Nominal / Ordinal	Entrevista semiestructurada Grupo focal participativo

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Escala	Técnicas e instrumentos
Sostenibilidad comunitaria (<i>V. dependiente</i>)	Nivel en que la comunidad fortalece su organización, visibilidad y gestión local mediante comunicación digital.	Participación comunitaria	- Nivel de involucramiento en iniciativas - Disposición a compartir contenido - Interés en difundir temas locales	Ordinal	Encuesta Grupo focal
		Visibilidad de problemáticas	- Tipos de temas que desean comunicar - Necesidades que no se difunden actualmente	Cualitativa / Nominal	Entrevistas Observación Encuesta
		Identidad y cohesión local	- Valoración de la cultura e historia local - Interés en contenido cultural - Interacción en redes sobre la comunidad	Ordinal / cualitativa	Entrevistas Encuesta Grupo focal

Notas metodológicas:

- Las **dimensiones** son subcategorías de análisis de cada variable.
- Los **indicadores** permiten observar esos aspectos de forma medible o evaluable.
- Las **escalas** pueden ser ordinales (grado de frecuencia, valoración, interés), nominales (sí/no; tipo de contenido), o cualitativas (ideas, narrativas).
- Las **técnicas** combinan lo cualitativo (entrevistas, grupo focal) y cuantitativo (encuesta).

CAPÍTULO III:

MARCO METODOLÓGICO

3. METODOLOGÍA

3.1 Tipo, nivel y métodos de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

Esta investigación es de tipo **no experimental**, ya que no se manipulan deliberadamente las variables, sino que se observan los fenómenos tal como ocurren en su entorno natural. Según Hernández, et al. (2014), en los estudios no experimentales “los investigadores no provocan intencionalmente situaciones, sino que observan fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos” (p. 152).

El estudio presenta un diseño descriptivo–propositivo. En la fase descriptiva, se identifican las formas actuales de uso de redes sociales, especialmente Facebook, así como las percepciones comunitarias sobre su utilidad para la sostenibilidad local. En la fase propositiva, se diseña una estrategia de comunicación digital participativa, orientada a la creación de una Fan Page comunitaria como herramienta para fortalecer la visibilidad, la participación y la sostenibilidad de la comuna.

Adicionalmente, se utiliza un enfoque de investigación mixta, que combina métodos cualitativos y cuantitativos para comprender tanto las prácticas como las percepciones sociales en torno al uso de tecnologías digitales (Hernández Sampieri et al., 2014). Este diseño permite triangular información obtenida a partir de encuestas, entrevistas y observación participativa, fortaleciendo la validez de los hallazgos.

El estudio tiene un carácter transversal, ya que analiza los datos recogidos en un momento específico del tiempo, sin realizar seguimiento longitudinal (Ato et al., 2013). Además, incorpora elementos de investigación explicativa, al buscar comprender las causas detrás de la adopción (o no) de herramientas digitales para la sostenibilidad, y aplicada, ya que sus resultados tienen como fin el diseño de una propuesta concreta para fortalecer la comunicación comunitaria (Tamayo & Tamayo, 2009).

3.1.2 Enfoque

El presente estudio adopta un enfoque metodológico mixto, combinando herramientas cuantitativas y cualitativas con el objetivo de obtener una comprensión amplia, profunda y contextualizada del fenómeno comunicacional en la comuna Las Huacas. Este enfoque integral permite reconocer necesidades reales y construir una propuesta contextualizada y viable, orientada a potenciar la participación ciudadana, la cohesión social y la sostenibilidad local, desde una perspectiva inclusiva e innovadora.

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014), el enfoque mixto “combina los enfoques cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio para aportar una mejor comprensión del problema de investigación” (p. 567). En este caso, el enfoque cuantitativo se aplica mediante encuestas estructuradas dirigidas a habitantes de la comunidad, que permiten identificar tendencias en el uso de redes sociales, acceso a tecnología y nivel de participación digital.

De forma complementaria, el enfoque cualitativo se desarrolla mediante entrevistas semiestructuradas, observación y grupos focales, a fin de profundizar en las percepciones, significados y representaciones sociales en torno al uso de Facebook como herramienta para la sostenibilidad comunitaria. Como señalan Creswell y Plano Clark (2018), “el enfoque mixto representa una forma de recopilar, analizar e interpretar datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio para responder mejor al problema de investigación” (p. 14).

Este enfoque se evidencia claramente en dos momentos del estudio: primero, en la fase diagnóstica, donde se integran los datos cuantitativos de las encuestas con los hallazgos cualitativos de las entrevistas y observaciones para construir un panorama completo del contexto; y segundo, en la fase propositiva, al diseñar una estrategia de comunicación digital que responde tanto a las tendencias numéricas detectadas como a las necesidades y percepciones profundas expresadas por la comunidad. Esta integración metodológica fortalece la validez de la propuesta comunicacional al fundamentarla en datos empíricos recogidos desde múltiples perspectivas.

3.1.3 Nivel de investigación

La presente investigación se sitúa en los niveles **exploratorio y descriptivo**, según la clasificación metodológica planteada por Hernández Sampieri et al. (2014), esta combinación permite una comprensión profunda y contextual del fenómeno social que se estudia: la comunicación digital comunitaria a través de Facebook.

- El nivel exploratorio es pertinente debido a que se aborda un fenómeno escasamente estudiado en el contexto ecuatoriano: el uso de estrategias de comunicación digital en comunidades rurales como Las Huacas. Su finalidad es obtener una primera aproximación comprensiva, que sirva como base para estudios futuros (Álvarez-Gayou, 2003).
- El nivel descriptivo permite caracterizar las prácticas comunicativas que se desarrollan en el espacio digital, identificando qué tipo de contenidos publica la comunidad, cuáles son los temas prioritarios, cómo se expresa la participación ciudadana y de qué manera estas acciones se vinculan con los objetivos de sostenibilidad local (Martinez, 2006).

3.1.4 Métodos

Para la recolección y análisis de datos, el presente estudio empleó métodos cualitativos y cuantitativos, integrados bajo un enfoque mixto. Según Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014), los métodos cuantitativos permiten medir características, comportamientos y actitudes de los sujetos en forma estructurada y estandarizada, mientras que los cualitativos exploran significados, percepciones y experiencias desde una perspectiva contextual (p. 364).

En el componente cuantitativo, se utilizó el método de encuesta estructurada, con el propósito de identificar patrones generales sobre el acceso a tecnología, el uso de Facebook y la disposición a participar en una Fan Page comunitaria.

Por otro lado, el componente cualitativo se apoyó en varios métodos clave. Se adoptó el estudio de caso como enfoque principal, dado que permite comprender en profundidad las dinámicas comunicacionales de una comunidad específica: la comuna Las Huacas (Yin, 2014). También se aplicaron entrevistas semiestructuradas, ideales para indagar experiencias individuales de los actores comunitarios; y grupos focales, que favorecen la interacción colectiva y la validación participativa del diseño estratégico. Finalmente, se incorporó la observación participativa, que permite registrar comportamientos y contextos naturales, lo cual “enriquece la interpretación de los datos cualitativos” (Taylor, Bogdan, & DeVault, 2016)..

3.1.5 Justificación metodológica

La presente investigación adopta un enfoque cuali-cuantitativo y un diseño no experimental de tipo descriptivo-propositivo, ya que no se manipulan variables, sino que se analizan las condiciones existentes en la comunidad de Las Huacas respecto a sus prácticas comunicativas digitales y su relación con los procesos de sostenibilidad local. El estudio parte de la problemática identificada: la ausencia de estrategias digitales

organizadas que permitan fortalecer la identidad comunitaria, mejorar la participación social y visibilizar iniciativas locales en redes sociales, especialmente en un contexto marcado por desigualdades en el acceso y uso de tecnologías.

Desde la perspectiva cualitativa, se profundiza en las percepciones, significados y dinámicas sociales que rodean el uso (o ausencia) de una Fan Page comunitaria como medio para fortalecer la identidad, la organización y la participación local. Este abordaje permite comprender la realidad desde las voces de los propios actores, identificando barreras, motivaciones y expectativas a través de entrevistas semiestructuradas, observación participativa y análisis de contenido. Como señala García-González et al. (2018), la investigación cualitativa es especialmente adecuada cuando se busca comprender procesos sociales desde los significados construidos por los propios sujetos en sus contextos cotidianos.

Paralelamente, el enfoque cuantitativo se aplica mediante encuestas a miembros de la comunidad, permitiendo identificar patrones de uso digital, niveles de acceso a redes sociales, y actitudes frente a una estrategia de comunicación digital participativa. Estos datos aportan evidencia numérica que respalda los hallazgos cualitativos y permiten contrastar percepciones con tendencias generales. Según Hernández Sampieri et al. (2014), los diseños mixtos son idóneos para abordar fenómenos sociales complejos, combinando fortalezas de ambos enfoques para generar diagnósticos robustos.

El diseño descriptivo permite detallar las características del fenómeno comunicacional en su contexto real, mientras que la fase propositiva busca generar un modelo estratégico de Fan Page adaptado a las características, necesidades y capacidades de Las Huacas. Esta combinación metodológica garantiza una visión integral, que no solo describe y explica, sino que también propone soluciones viables para fortalecer la comunicación comunitaria, reducir brechas digitales y contribuir al desarrollo sostenible local.

3.2 Población y muestra

La población objetivo de esta investigación está conformada por los habitantes de la Comuna Las Huacas, ubicada en el Archipiélago de Jambelí, provincia de El Oro, Ecuador, que según datos proporcionados por líderes comunitarios corresponde aproximadamente a 200 personas. Aunque el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) registra cifras variables entre 150 y 266 habitantes, se consideró el dato de 200 como referencia práctica y consensuada para definir el universo de estudio.

Para determinar el tamaño de muestra, se aplicó la fórmula estadística probabilística para poblaciones finitas, utilizando un nivel de confianza del 95 %, una proporción esperada (p) de 0.5 y un margen de error del 5 %. El cálculo arrojó un tamaño muestral de aproximadamente 132 personas, garantizando así representatividad estadística para los análisis cuantitativos.

Adicionalmente, debido a la naturaleza territorial dispersa y a factores prácticos (disposición y accesibilidad de los participantes), se aplicó un muestreo no probabilístico por conveniencia para la selección final de los encuestados, priorizando personas mayores de edad disponibles en los espacios comunitarios durante el trabajo de campo. Según Hernández Sampieri et al. (2014), este tipo de muestreo es adecuado en contextos donde no es posible realizar una selección aleatoria estricta, pero se requiere captar percepciones relevantes del grupo social.

La combinación del cálculo probabilístico con criterios prácticos de accesibilidad permitió alcanzar un número representativo de participantes, garantizando tanto rigor estadístico como viabilidad operativa en el levantamiento de la información.

La fórmula desarrollada para la obtención de la muestra es la siguiente:

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

Datos conocidos:

$N = 200$ (población total estimada)

$Z = 1.96$ (nivel de confianza del 95 %)

$p = 0.5$ (probabilidad de éxito, valor estándar cuando no se conoce)

$q = 0.5$ ($1 - p$)

$e = 0.05$ (error admisible o margen de error del 5 %)

Sustitución en la fórmula:

$$n = \frac{200 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(0.05)^2 \cdot (200 - 1) + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{200 \cdot 3.8416 \cdot 0.25}{0.0025 \cdot 199 + 3.8416 \cdot 0.25}$$

$$n = \frac{200 \cdot 0.9604}{0.4975 + 0.9604}$$

$$n = \frac{192.08}{1.459} \approx 131.73$$

Resultado:

$n \approx 132$ personas

Para fines de este estudio, las unidades de análisis serán:

- Líder comunitario.
- Administradores de páginas o grupos de Facebook de manera preferencial vinculado a la comuna.
- Miembros activos de la comunidad que utilizan Facebook como herramienta de comunicación y organización.

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de la información

Fuentes primarias: Líderes comunitarios y administradores de redes. Observación directa de páginas, grupos y publicaciones en Facebook.

Fuentes secundarias: Artículos científicos. Informes institucionales y oficiales sobre la comuna. Documentos digitales relacionados con iniciativas de sostenibilidad.

Técnicas:

Encuestas: cumplen la función de obtener datos cuantitativos sobre los patrones de uso de redes sociales, especialmente Facebook, entre los habitantes de Las Huacas.

Entrevistas semiestructuradas: para explorar las percepciones, experiencias y necesidades comunicacionales desde la perspectiva de los actores.

Observación no participante: aplicada al análisis de interacciones dentro de los espacios digitales comunitarios.

Revisión documental: para examinar la presencia digital de la comuna y su relación con la sostenibilidad local.

Instrumentos: Guía de entrevista. Cuestionario Ficha de observación digital.

3.4. Técnicas de procesamiento, análisis y presentación de datos

Para que la información recopilada cobre sentido, primero se organiza y depura, eliminando datos incompletos o poco fiables. Luego, se analiza utilizando herramientas como Excel o SPSS, aplicando estadísticas básicas —frecuencias, promedios o comparaciones— para identificar patrones y relaciones.

Finalmente, los resultados se muestran en tablas, gráficos y diagramas claros, acompañados de explicaciones sencillas que permitan comprender las conclusiones y tomar decisiones informadas.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTEPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados por objetivos

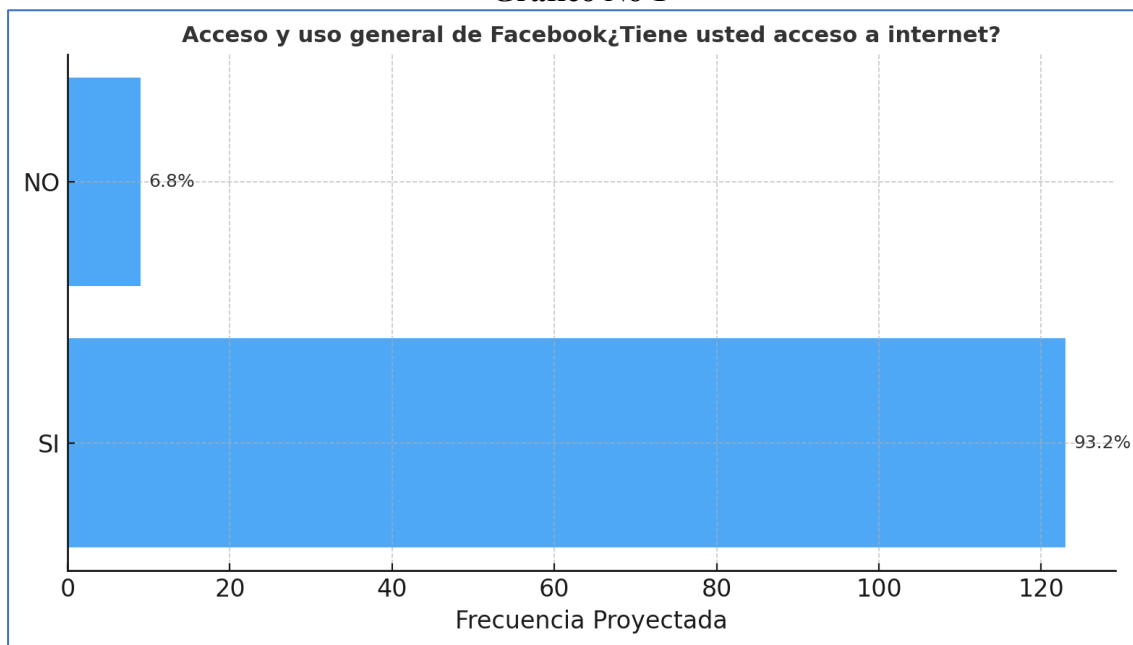
Bloque 1: Acceso y uso general de Facebook

Tabla 3 ¿Tiene usted acceso a internet?

Opción	Frecuencia (Proyectada)	Porcentaje (%)
SI	123	93.2%
NO	9	6.8%
Total	132	100%

NOTA: Elaborado por Verónica Pauta- Fuente: Moradores Archipiélago Las Huacas, junio 2025

Gráfico No 1



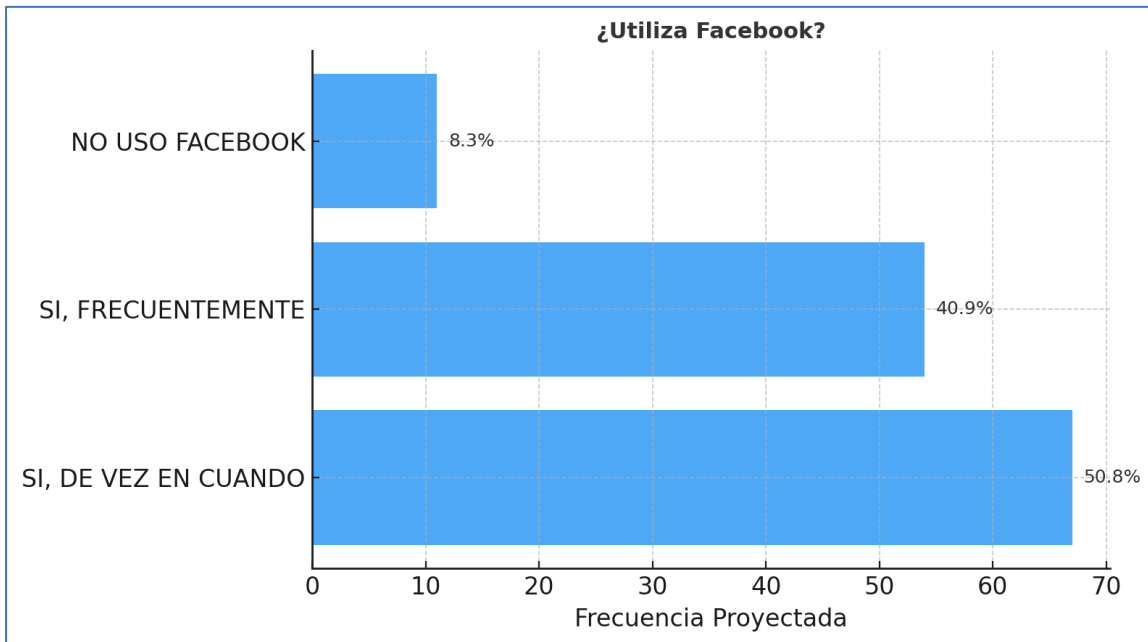
Análisis e interpretación. - El análisis muestra que el 93.2 % de los encuestados respondió “Sí” frente a un 6.8 % que indicó “No”; constituye un respaldo mayoritario de la comunidad hacia la implementación de estrategias de comunicación digital en Facebook, evidenciando una disposición positiva que respalda la creación de una Fan Page comunitaria para fortalecer la participación, identidad y sostenibilidad local, en línea con los objetivos del estudio.

Tabla 4 ¿Utiliza Facebook?

Opción	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI, DE VEZ EN CUANDO	67	50.8%
SI, FRECUENTEMENTE	54	40.9%
NO USO FACEBOOK	11	8.3%
Total	132	100%

NOTA: Elaborado por Verónica Pauta- Fuente: Moradores Archipiélago Las Huacas, junio 2025

Gráfico No 2



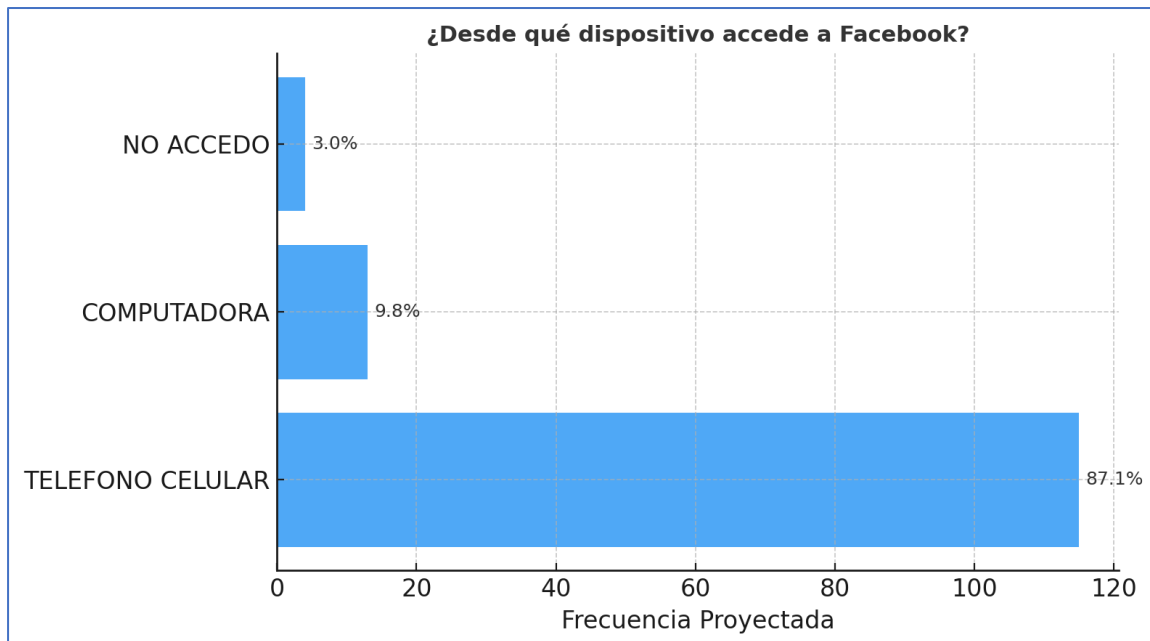
Análisis e interpretación. - El análisis evidencia que la mayoría de la comunidad usa Facebook al menos ocasionalmente, con un 50.8 % que respondió “sí, de vez en cuando” y un 40.9 % que lo usa frecuentemente, mientras solo un 8.3 % indicó no usarlo, lo que refleja una clara tendencia positiva hacia esta plataforma y justifica la aplicación de estrategias digitales centradas en Facebook como herramienta clave para fortalecer la participación comunitaria y promover el desarrollo sostenible en Las Huacas.

Tabla 5 ¿Desde qué dispositivo accede a Facebook?

Opción	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
TELEFONO CELULAR	115	87.1%
COMPUTADORA	13	9.8%
NO ACCEDO	4	3.0%
Total	132	100%

NOTA: Elaborado por Verónica Pauta- Fuente: Moradores Archipiélago Las Huacas, junio 2025

Gráfico No 3



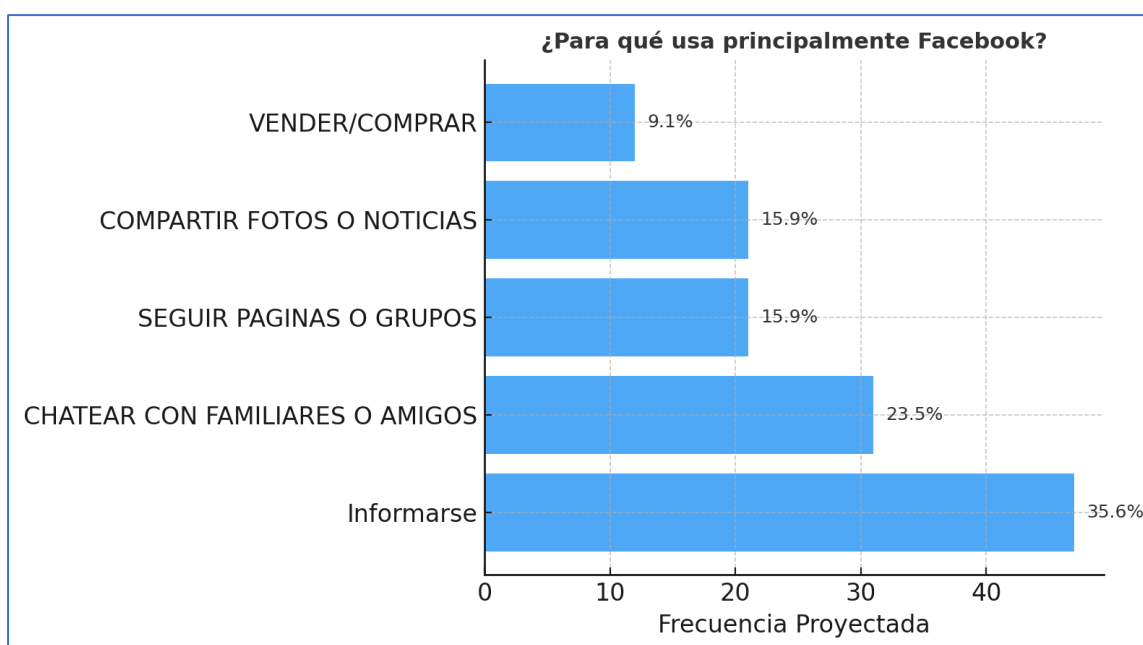
Análisis e interpretación. - El análisis muestra que el 87.1 % de los encuestados accede a redes digitales mediante teléfono celular, frente a un 9.8 % que usa computadora y solo un 3.0 % que no accede a estos medios, lo que evidencia una marcada preferencia por dispositivos móviles en la comunidad. Este resultado respalda firmemente la pertinencia de diseñar estrategias de comunicación digital en Facebook adaptadas al uso de celulares, como herramienta clave para fortalecer la participación y la sostenibilidad en la comuna Las Huacas.

Tabla 6 ¿Para qué usa principalmente Facebook?

Opción	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Informarse	47	35.6%
Chatear con familiares o amigos	31	23.5%
Seguir páginas o grupos	21	15.9%
Compartir fotos o noticias	21	15.9%
Vender/comprar	12	9.1%
Total	132	100%

NOTA: Elaborado por Verónica Pauta- Fuente: Moradores Archipiélago Las Huacas, junio 2025

Gráfico No 4



Análisis e interpretación. - El análisis muestra que, aunque la principal motivación para usar Facebook en la comunidad es informarse (35.6 %), existen otros usos relevantes como chatear con familiares o amigos (23.5 %), seguir páginas o grupos (15.9 %), compartir fotos o noticias (15.9 %) y vender o comprar (9.1 %), lo que evidencia una diversidad de intereses que destaca la importancia de diseñar estrategias comunicacionales segmentadas e inclusivas, capaces de atender las distintas necesidades y dinámicas digitales de los habitantes de Las Huacas.

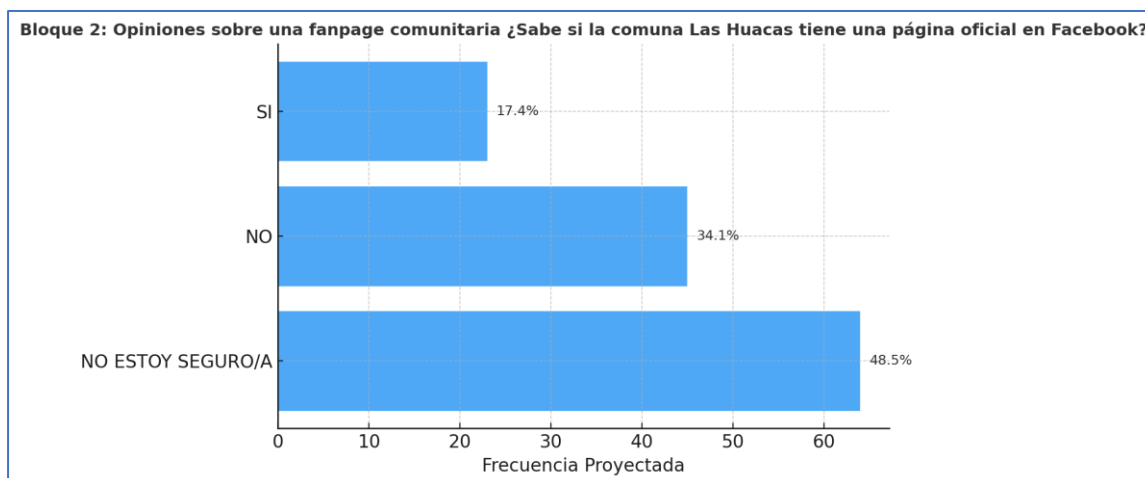
Bloque 2: Opiniones sobre una Fan Page comunitaria

Tabla 7 ¿Sabe si la comuna Las Huacas tiene una página oficial en Facebook?

Opción	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
NO ESTOY SEGURO/A	64	48.5%
NO	45	34.1%
SI	23	17.4%
Total	132	100%

NOTA: Elaborado por Verónica Pauta- Fuente: Moradores Archipiélago Las Huacas, junio 2025

Gráfico No 5



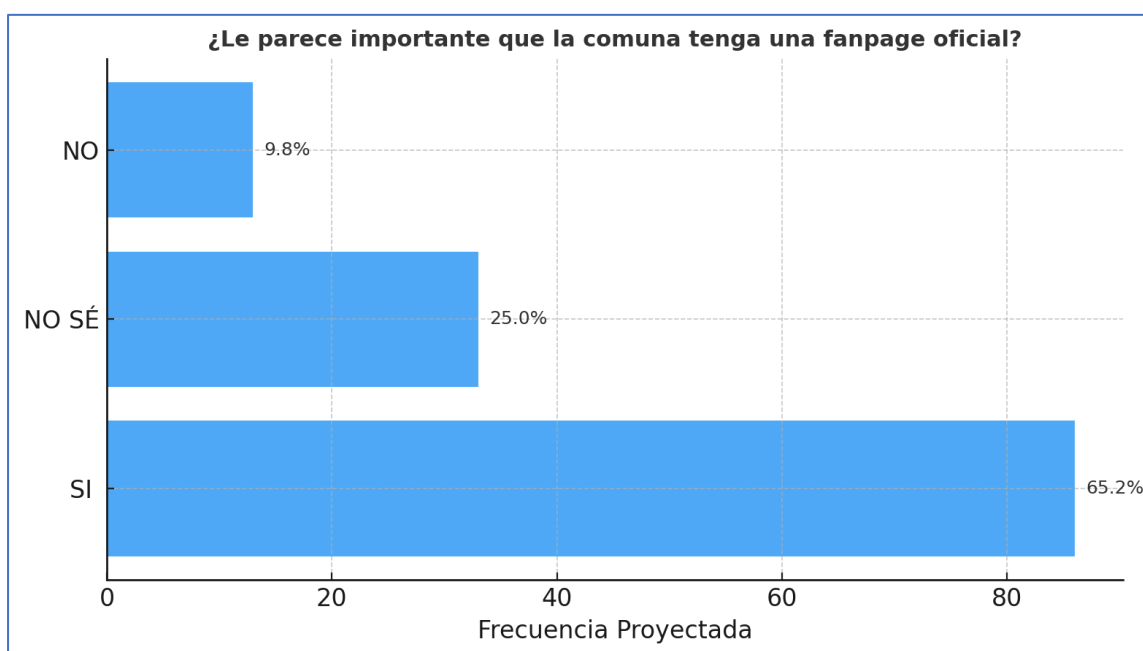
Análisis e interpretación. - El análisis revela que, aunque la opción mayoritaria fue “No estoy seguro/a” (48.5 %), seguida de “No” (34.1 %) y “Sí” (17.4 %), la diversidad de respuestas refleja percepciones mixtas en la comunidad, lo que resalta la necesidad de diseñar estrategias comunicacionales segmentadas e inclusivas que aborden dudas, informen adecuadamente y fortalezcan la confianza sobre el uso de Facebook como herramienta para el desarrollo sostenible en Las Huacas.

Tabla 8 ¿Le parece importante que la comuna tenga una Fan Page oficial?

Opción	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
SI	86	65.2%
NO SÉ	33	25.0%
NO	13	9.8%
Total	132	100%

NOTA: Elaborado por Verónica Pauta- Fuente: Moradores Archipiélago Las Huacas, junio 2025

Gráfico No 6



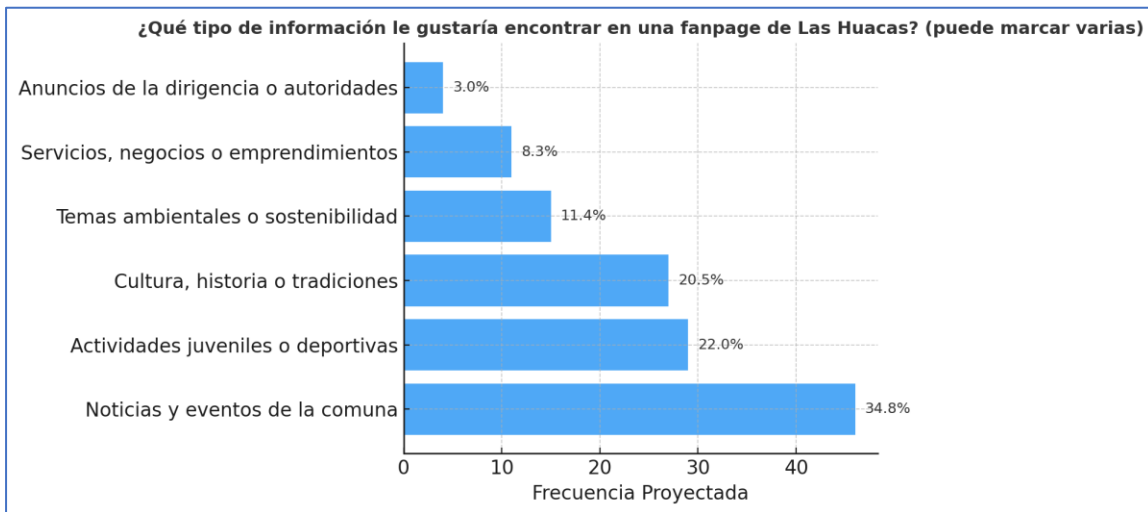
Análisis e interpretación. - El análisis muestra que la mayoría de la comunidad respondió afirmativamente (65.2 %) sobre la utilidad de Facebook, mientras que un 25.0 % indicó “No sé” y solo un 9.8 % respondió “No”, evidenciando una tendencia clara a favor que justifica la pertinencia de implementar estrategias digitales centradas en esta plataforma como herramienta clave para fortalecer la participación y promover el desarrollo sostenible en Las Huacas.

Tabla 9 ¿Qué tipo de información le gustaría encontrar en una Fan Page de Las Huacas?

Opción	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Noticias y eventos de la comuna	46	34.8%
Actividades juveniles o deportivas	29	22.0%
Cultura, historia o tradiciones	27	20.5%
Temas ambientales o sostenibilidad	15	11.4%
Servicios, negocios o emprendimientos	11	8.3%
Anuncios de la dirigencia o autoridades	4	3.0%
Total	132	100%

NOTA: Elaborado por Verónica Pauta- Fuente: Moradores Archipiélago Las Huacas, junio 2025

Gráfico No 7

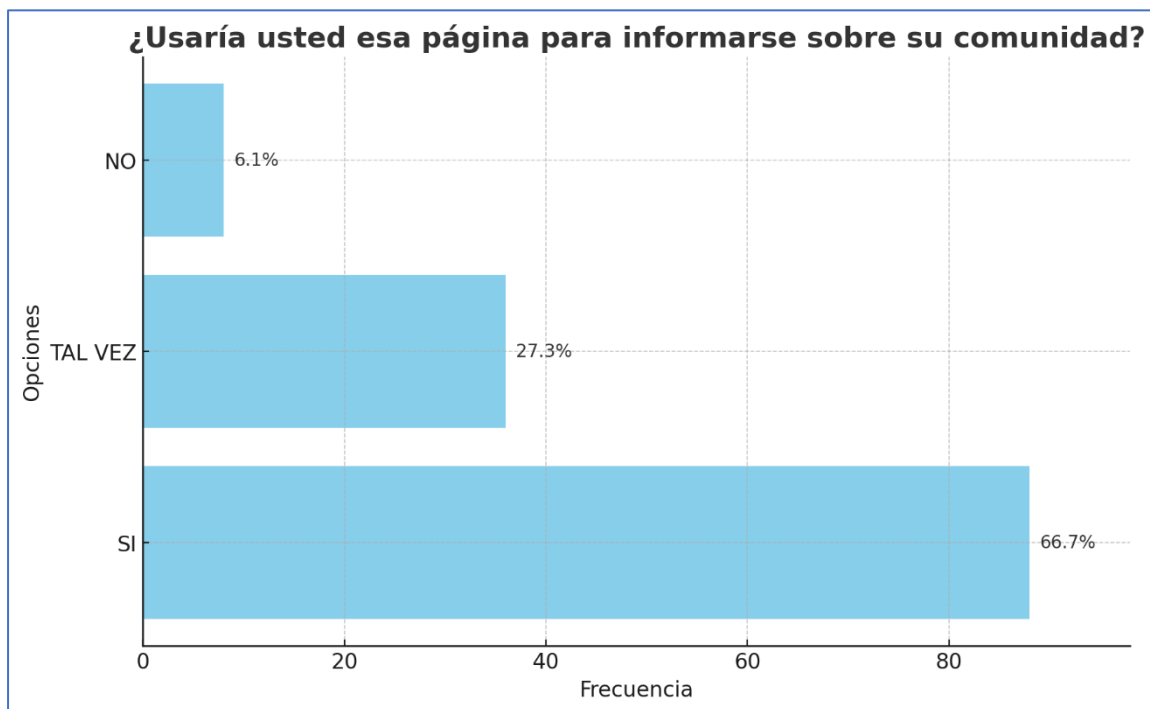


Análisis e interpretación. - El análisis revela que, aunque la opción más respaldada fue “Noticias y eventos de la comuna” (34.8 %), las demás respuestas se distribuyeron entre actividades juveniles o deportivas (22.0 %), cultura e historia (20.5 %), temas ambientales (11.4%), servicios y emprendimientos (8.3 %) y anuncios de autoridades (3.0 %), lo que refleja una diversidad de intereses en la comunidad y resalta la importancia de diseñar estrategias digitales participativas e inclusivas que atiendan las múltiples necesidades y realidades de Las Huacas.

Tabla 10 ¿Usaría usted esa página para informarse sobre su comunidad?

Opción	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
SI	88	66.7%
TAL VEZ	36	27.3%
NO	8	6.1%
Total	132	100%

Gráfico No 8



Análisis e interpretación. - La gráfica muestra que el 66.7 % de los encuestados usaría una página en Facebook para informarse sobre su comunidad, mientras que un 27.3 % respondió “Tal vez” y solo un 6.1 % “No”, lo que evidencia una disposición mayoritaria hacia el uso de herramientas digitales, respaldando la pertinencia del diseño de estrategias comunicacionales en Facebook para fortalecer la información, la participación comunitaria y la sostenibilidad local en Las Huacas, en línea con los objetivos de diagnóstico, análisis de experiencias similares y elaboración de una propuesta estratégica adaptada al contexto..

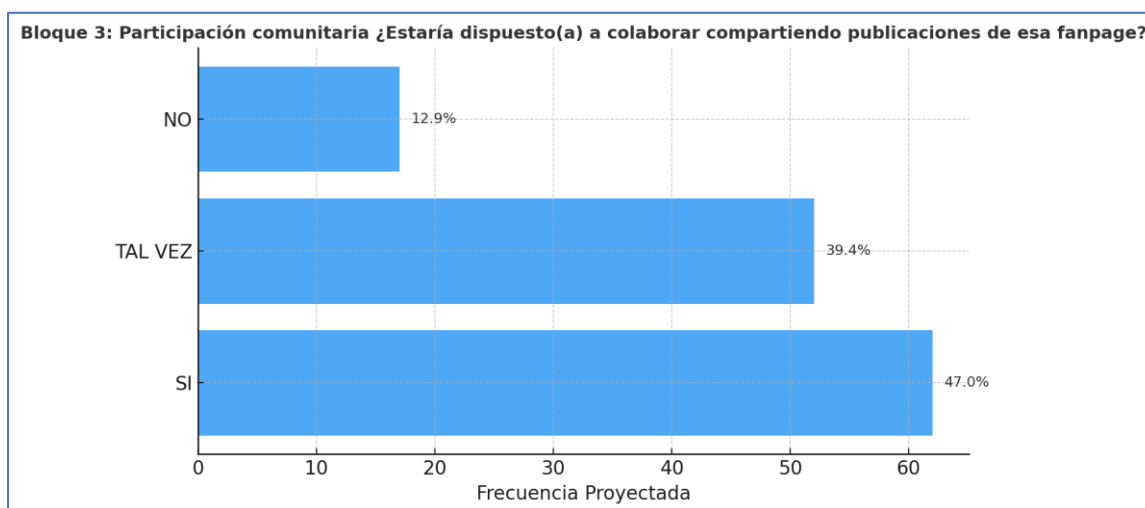
Bloque 3: Participación comunitaria

Tabla 11 ¿Estaría dispuesto(a) a colaborar compartiendo publicaciones de esa Fan Page?

Opción	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
SI	62	47.0%
TAL VEZ	52	39.4%
NO	17	12.9%
Total	132	100%

NOTA: Elaborado por Verónica Pauta- Fuente: Moradores Archipiélago Las Huacas, junio 2025

Gráfico No 9



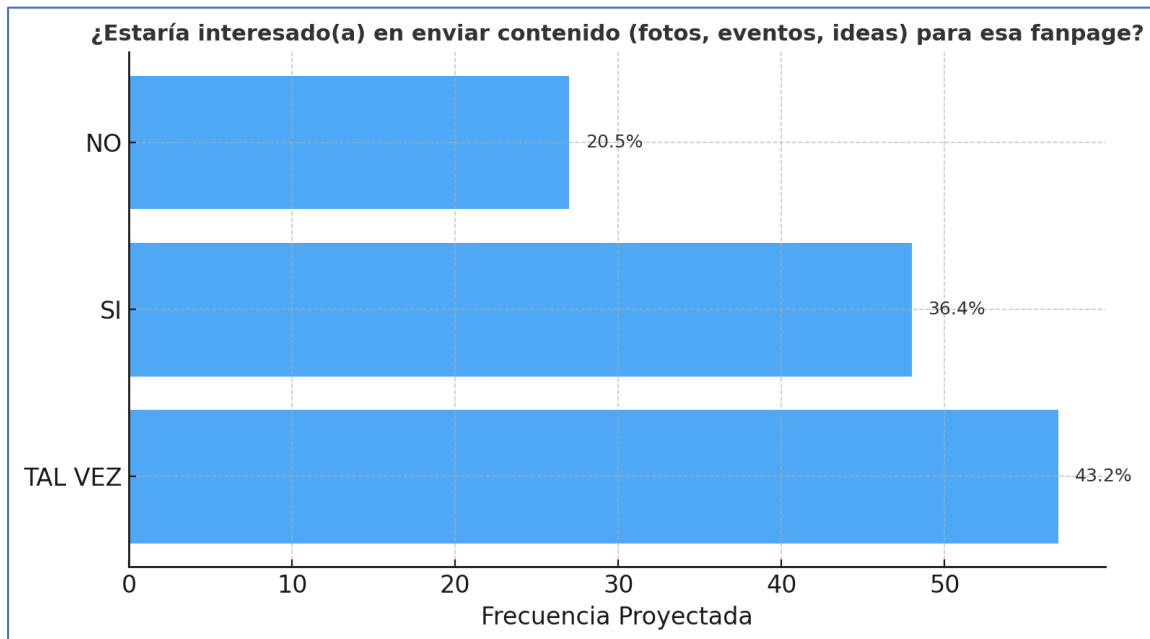
Análisis e interpretación. - La gráfica muestra que el 47.0 % de los encuestados estaría dispuesto a colaborar compartiendo publicaciones de la Fan Page, mientras que el 39.4 % respondió “Tal vez” y solo el 12.9 % “No”, lo que evidencia una disposición mayoritaria hacia la participación digital, respaldando la pertinencia de diseñar estrategias comunicacionales en Facebook que no solo informen, sino que también promuevan la colaboración comunitaria para fortalecer la sostenibilidad en Las Huacas.

Tabla 12 ¿Estaría interesado(a) en enviar contenido (fotos, eventos, ideas) para esa Fan Page?

Opción	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
SI	57	43.2%
TAL VEZ	48	36.4%
NO	27	20.5%
Total	132	100%

NOTA: Elaborado por Verónica Pauta- Fuente: Moradores Archipiélago Las Huacas, junio 2025

Gráfico No 10



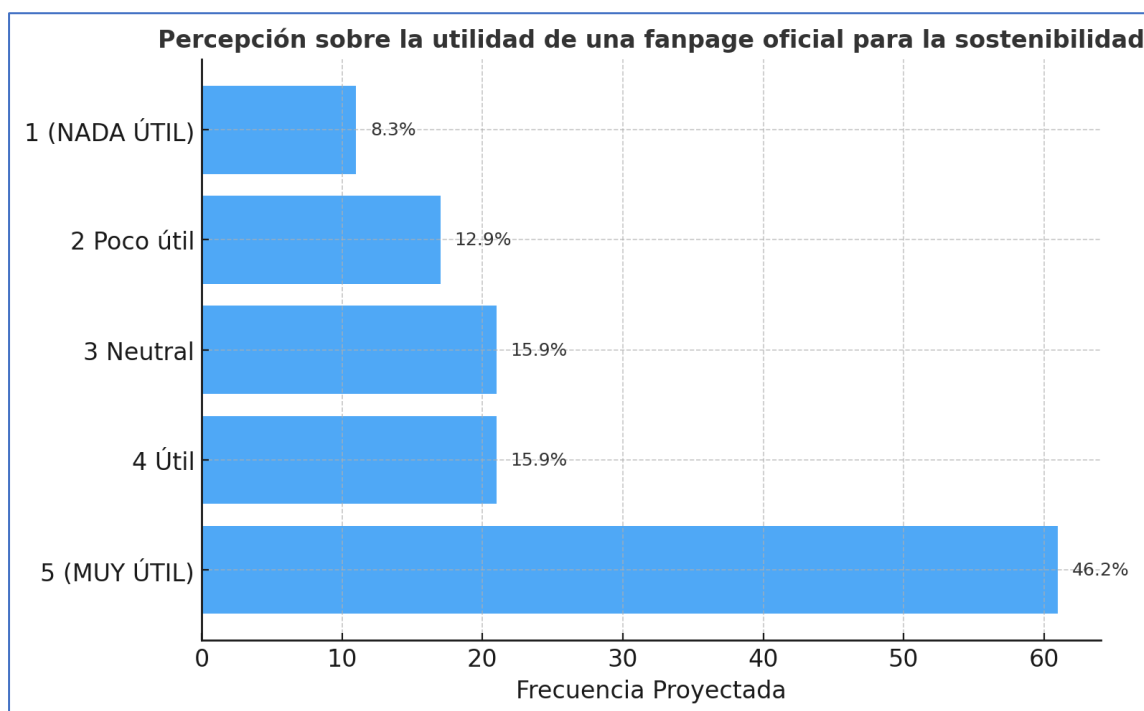
Análisis e interpretación. - El 43.2 % de los encuestados respondió “Tal vez” estar interesado en enviar contenido (fotos, eventos, ideas) para la Fan Page, seguido por un 36.4 % que dijo “Sí” y un 20.5 % que indicó “No”. Este resultado sugiere que, aunque existe disposición en buena parte de la comunidad, será clave diseñar estrategias motivacionales e inclusivas que fomenten la confianza y el compromiso, asegurando que más personas se animen a colaborar para fortalecer la comunicación digital y la sostenibilidad en Las Huacas.

Tabla 13 En una escala del 1 al 5, ¿cuán útil cree que sería tener una Fan Page oficial para fortalecer la sostenibilidad de la comuna Las Huacas?

Opción	Frecuencia (Proyectada)	Porcentaje (%)
5 (MUY UTIL)	61	46.2%
4 Útil	22	15.9%
3 Neutral	21	15.9%
2 Poco útil	17	12.9%
1 (NADA UTIL)	11	8.3%
Total	132	100%

NOTA: Elaborado por Verónica Pauta- Fuente: Moradores Archipiélago Las Huacas, junio 2025

Gráfico No 11



Análisis e interpretación. - La gráfica muestra que el 46.2 % de los encuestados considera que una Fan Page oficial sería “muy útil” para la sostenibilidad de la comuna. Estos resultados reflejan una percepción mayoritariamente positiva sobre el potencial de la Fan Page como herramienta para fortalecer la información, participación y cohesión comunitaria, lo que respalda la pertinencia de diseñar estrategias digitales alineadas con estas expectativas para promover el desarrollo sostenible en Las Huacas.

Experto en sostenibilidad

Nombre del entrevistado: Econ. CPA Lissette Bonifaz Barrezueta.

Breve sinopsis del entrevistado:

Lissette Anabell Bonifaz Barrezueta es Economista y Contadora Pública Autorizada, con una sólida formación académica y más de 13 años de experiencia en el ámbito contable, tributario y administrativo. Graduada en Economía por la Universidad de Guayaquil y recientemente titulada como CPA por la Universidad Espíritu Santo, se ha caracterizado por una trayectoria marcada por la excelencia, el compromiso profesional y la mejora continua.

Ha laborado en empresas de prestigio en funciones administrativas y contables, y actualmente desempeña un rol clave en el área contable de una cooperativa de transporte. Paralelamente, ejerce la docencia y brinda acompañamiento personalizado a emprendedores y personas naturales, asesorando en obligaciones tributarias, procesos contables y trámites relacionados con tránsito.

Su vocación por el aprendizaje constante la mantiene en permanente capacitación en normativas actualizadas y mejores prácticas en sus áreas de experticia. Su enfoque profesional combina rigor técnico con un trato cercano, ético y eficiente, convirtiéndola en una aliada confiable para quienes buscan claridad y orden en sus procesos financieros.

Bloque 1: Contexto económico y sostenibilidad local

P. Desde su perspectiva, ¿cuáles son las principales variables económicas que definen la sostenibilidad de una comunidad rural o costera como Las Huacas?

R. Entre las principales variables económicas pueden incluirse al empleo local turismo familiar, actividades productivas como la pesca artesanal y agricultura en menor proporción.

P. ¿Cómo se interrelacionan los factores económicos y sociales en el desarrollo sostenible de una comunidad insular?

R. Los factores económicos y sociales siempre están íntimamente ligados, por ejemplo, el acceso a la educación, salud y participación comunitaria permite incrementar la capacidad de generar ingresos sostenibles y fortalecer la organización colectiva. Una economía local sólida abre paso a la inversión en capital social, la cohesión comunitaria e incluso a ser resiliente ante los riesgos ambientales o económicos.

P. ¿Qué oportunidades económicas pueden impulsarse mediante estrategias digitales y de comunicación comunitaria?

R. Las oportunidades en el turismo sería una de las primeras, esto incluye la promoción de servicios y atractivos turísticos, que van de la mano con la comercialización de productos locales como artesanías. Sin embargo, la comunicación digital puede visibilizar las iniciativas comunitarias, favoreciendo alianzas y cooperación con otros actores.

Bloque 2: Rol de la comunicación digital en el desarrollo sostenible

P. ¿Considera que una Fan Page comunitaria puede tener impacto económico en la comuna? ¿Por qué?

R. Por supuesto, siempre y cuando esté bien gestionada podría atraer visitantes, promocionar diferentes productos y servicios de la comuna, generar alianzas y motivar el consumo responsable. Además, puede mejorar la imagen y reputación digital de la localidad, generando mayores ingresos económicos y ser visibles a nivel nacional, así como a nivel internacional.

P. ¿Qué variables deben monitorearse para evaluar si una estrategia digital (como el uso de Facebook) fortalece la sostenibilidad local?

R. Las principales variables que se deben monitoria es el número de seguidores os suscriptores, seguido del nivel de interacción (likes, compartidos, etc.). En menor relevancia, pero no menos importante sería la frecuencia de publicación, los contenidos generados por la comunidad, menciones externas, y su vinculación con indicadores económicos, es decir, si hay aun aumento de visitas presenciales, ventas, etc.

P. ¿Qué limitaciones o riesgos ve en depender de plataformas digitales para procesos de empoderamiento comunitario?

R. La brecha digital es una de las principales limitaciones, lo que abarca el acceso limitado a internet, dispositivos o habilidades tecnológicas. No obstante, existe el riesgo de centralizar la comunicación en pocas personas o perder la visión comunitaria si no existe una participación real.

Bloque 3: Evaluación de impacto y medición

P. Desde la economía del desarrollo, ¿qué indicadores recomendaría incluir para evaluar el impacto de una estrategia digital comunitaria?

R. El número de visitantes a la comuna antes y después de implementar la estrategia, seguido de los ingresos por actividades económicas locales, el número de emprendedores beneficiados, nivel de participación comunitaria en la Fan Page, la percepción de la comunidad sobre su utilidad, y nuevas alianzas o proyectos diseñados y ejecutados.

P. ¿Qué factores considera clave para garantizar la continuidad (sostenibilidad) de un proyecto como este en el tiempo?

R. Se necesita brindar capacitación constante, impulsar la participación activa de los jóvenes y líderes comunitarios, relevancia del contenido, respaldo institucional,

actualización tecnológica y mecanismo de gestión participativa. De igual forma, sería importante integrar un plan de desarrollo local más amplio.

Cierre

P. ¿Qué recomendaciones daría para que la Fan Page de Las Huacas contribuya no solo a la comunicación, sino también a la generación de valor económico y social?

R. Podría ser que la Fan Page interactúe la promoción turística, la educación ambiental, la difusión de eventos comunitarios y la comercialización de sus productos. Aunque también no debe descuidarse el fomento a la participación ciudadana, en la que se incluyan testimonios de los habitantes locales y articular con actores externos como organizaciones, instituciones públicas y universidades.

P, ¿Le parece pertinente que las variables digitales (uso, interacción, creación de contenido) se incluyan dentro de un enfoque de sostenibilidad comunitaria? ¿Por qué?

R. Claro que sí, las variables digitales no son más que el fiel reflejo de la apropiación tecnológica y pueden fortalecer otros componentes del desarrollo local.

Análisis e interpretación de la entrevista – Econ. CPA Lissette Bonifaz

Categoría de análisis	Respuesta clave del entrevistado	Interpretación	Relación con la tesis
Variables económicas locales	Empleo local, turismo familiar, pesca artesanal, agricultura.	La sostenibilidad depende de actividades económicas tradicionales, adaptadas al entorno rural costero.	Justifica que la comunicación digital debe apoyar y visibilizar estas actividades clave.
Relación economía-sociedad	Educación, salud, participación → generan ingresos y fortalecen cohesión.	Lo económico y lo social se retroalimentan. Las mejoras sociales también impulsan sostenibilidad.	Refuerza que una estrategia digital debe incluir contenido que fomente participación y empoderamiento.
Oportunidades digitales	Promoción turística, productos locales, alianzas.	Facebook puede ser una herramienta de desarrollo económico y visibilidad territorial.	Fundamenta la necesidad de una Fan Page como medio de impulso económico sostenible.
Impacto de Fan Page	Sí puede generar ingresos, atraer turismo y mejorar reputación.	La Fan Page es una herramienta útil si se gestiona con estrategia y comunidad.	Apoya directamente la propuesta central de la tesis: diseñar una Fan Page con impacto real.
Variables digitales a monitorear	Seguidores, interacción, frecuencia, contenido comunitario, visitas y ventas.	Se pueden medir impactos reales desde lo digital hacia lo económico y social.	Define posibles indicadores para la evaluación del modelo estratégico propuesto.
Riesgos del entorno digital	Brecha digital, centralización, falta de participación.	La sostenibilidad del proyecto digital depende de acceso equitativo y compromiso comunitario.	Señala limitaciones que deben ser abordadas en el diseño de la estrategia.
Indicadores de evaluación	Visitantes, ingresos, emprendedores, percepción, participación y alianzas.	Propone métricas claras para medir impacto social y económico.	Útil para definir la fase de evaluación y seguimiento de la propuesta.

Condiciones para la sostenibilidad	Capacitación, participación juvenil, respaldo institucional, plan local.	La continuidad depende de apropiación, formación y anclaje institucional.	Refuerza el carácter participativo y sostenible del modelo que se diseña.
Recomendaciones finales	Promoción turística, educación ambiental, testimonios, alianzas.	La Fan Page debe ser un espacio integral para comunicación, comercio y cohesión.	Apoya la visión de la Fan Page como un ecosistema digital comunitario.
Variables digitales y sostenibilidad	Reflejan apropiación tecnológica y fortalecen el desarrollo.	Las herramientas digitales deben medirse como parte del desarrollo sostenible.	Valida la inclusión de variables digitales como parte del enfoque investigativo.

NOTA: Elaborado por Verónica Pauta junio 2025

ENTREVISTA EXPERTO

Entrevistada: Elizabeth Alexandra Veloz Segura Ella es Ingeniera en Sistemas Computacionales, Máster en Ingeniería del Software y Sistemas Informáticos, Maestra en Gerencia Educativa y Diplomada en Pedagogía. Docente e investigadora con experiencia en universidades como la Universidad Estatal de Bolívar y la Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Ha participado como ponente en eventos nacionales e internacionales, y es autora y coautora de artículos científicos sobre gamificación, innovación educativa, competencias digitales, ingeniería de software y ciberseguridad. Es capacitadora académica y cuenta con acreditación como investigadora por la SENESCYT-Ecuador.

Objetivo. - El objetivo de esta entrevista es recoger criterios técnicos, estratégicos y prácticos sobre el diseño, configuración, gestión y sostenibilidad de una Fan Page comunitaria en Facebook, desde la perspectiva de una experta en sistemas informáticos, comunicación digital e innovación educativa.

Esta información permitirá identificar elementos clave para la creación de una Fan Page que promueva la sostenibilidad social, económica y ambiental de la comuna Las Huacas, fortaleciendo la participación comunitaria, la visibilidad de sus iniciativas locales y la apropiación tecnológica de sus habitantes, en el marco del diseño de estrategias de comunicación digital planteado en el presente estudio.

Sobre diseño y configuración inicial

1. ¿Cuáles son los elementos esenciales que debe tener una Fan Page bien diseñada para una comunidad local?

Una Fan Page debe tener:

- Una portada representativa; descripción de la misión de la comunidad.
- Datos de contacto actualizados.
- Pestañas personalizadas según las necesidades. Además, se debe mantener una coherencia visual y comunicacional

2. ¿Qué categoría de página recomendaría para una comuna que busca promover sostenibilidad y participación?

La categoría debe ser orientada a lo social.

3. ¿Qué errores comunes se deben evitar al momento de crear una Fan Page?

- No definir un público objetivo.
- Usar nombres o imágenes poco claros o no representativos.
- No completar toda la información o contenido.

Sobre contenido y estrategia

4. ¿Qué tipo de publicaciones generan mayor interacción en páginas comunitarias?

- Historias reales de miembros de la comunidad.
- Fotografías de eventos o actividades comunitarias

5. ¿Qué frecuencia de publicación es recomendable para mantener una comunidad activa?

Se recomienda al menos 2 publicaciones por semana, combinando información, participación y entretenimiento.

6. ¿Cómo adaptar el contenido a una audiencia con distintos niveles de acceso digital?

- Usar información clara
- Publicar en horarios donde haya mayor conectividad.
- Complementar publicaciones digitales, con medios impresos.
- Otros.

Sobre participación comunitaria

7. ¿Cómo fomentar la participación de los habitantes en la creación de contenido?

- Invitar a compartir fotos, noticias y experiencias.

8. ¿Qué rol pueden tener los jóvenes o líderes comunitarios en la administración de la Fan Page?

Pueden ser encargados de:

- Crear contenido atractivo, Hacer transmisiones en vivo, difundir noticias.

9. ¿Qué estrategias recomienda para visibilizar las problemáticas locales sin caer en la confrontación?

- Usar testimonios y datos verificados; promover el diálogo y buscar soluciones.

Sobre métricas y evaluación

10. ¿Cuáles son los indicadores más importantes para evaluar el impacto de una Fan Page comunitaria?

- Alcance de publicaciones.
- Interacciones
- Número de seguidores.

11. ¿Qué herramientas recomienda para hacer seguimiento del crecimiento e interacciones de la página?

- Facebook Insights
- Creator Studio, otros.

12. ¿Cómo interpretar el alcance y las estadísticas de Facebook en comunidades rurales o con baja conectividad?

- Comparar datos.
- Observar calidad de las interacciones, otros

Sugerencias finales

13. Desde su experiencia, ¿qué buenas prácticas ha visto en Fan Pages de otras comunidades?

- Uso de la Fan Page para convocar a eventos y asambleas.
- Videos testimoniales
- Integración con grupos de WhatsApp

14. ¿Qué recomendaciones daría para lograr que la Fan Page sea sostenible en el tiempo?

- Crear un equipo responsable
- Capacitar a jóvenes en gestión de redes.
- Incluir la Fan Page en los planes de comunicación de la comuna.

15. ¿Cree que una Fan Page puede realmente contribuir al fortalecimiento de la sostenibilidad local? ¿Por qué?

- Visibiliza iniciativas locales.
- Fortalece el sentido de comunidad.
- Fomenta la transparencia y el diálogo.

Todo esto es clave para una sostenibilidad que nace desde lo social

Entrevista a un experto en Fan Pages (Facebook)

Nombre: David Segundo Andrade

Especialista en desarrollo web y gestión de fanpages

Breve sinopsis del entrevistado:

Perfil profesional:

Programador web con experiencia como freelancer, especializado en entornos digitales interactivos y desarrollo de videojuegos utilizando Lua en Roblox Studio. Posee sólida formación técnica en computadoras, con capacidad para ofrecer soluciones eficientes en software y hardware. Destaca por su habilidad en la creación, administración y optimización de fanpages, aplicando estrategias orientadas a fortalecer la presencia digital, mejorar la interacción con audiencias y potenciar el alcance de marcas o proyectos en redes sociales.

Sobre diseño y configuración inicial

1. ¿Cuáles son los elementos esenciales que debe tener una Fan Page bien diseñada para una comunidad local?

Una Fan Page bien diseñada comienza con una identidad visual clara y coherente. Esto incluye que tanto la foto de perfil como la imagen de portada estén alineadas con la temática y el propósito de la página: por ejemplo, el escudo de la comuna, una imagen representativa del territorio o una frase que refleje sus valores. Además, es fundamental contar con una descripción breve pero clara, que explique qué tipo de información se comparte y a quién va dirigida. También debe estar correctamente configurada la ubicación geográfica, los horarios de atención (si corresponde), un correo o canal de contacto directo según el objetivo. Un diseño limpio, ordenado y actualizado genera confianza y cercanía, lo que es clave para una comunidad local.

2. ¿Qué categoría de página recomendaría para una comuna que busca promover sostenibilidad y participación?

Recomendaría una categoría de página centrada en "Participación ciudadana y sostenibilidad". Esta página debería incluir secciones como:

- Eventos de convivencia (por ejemplo, ferias, talleres comunitarios, jornadas de limpieza, etc.).
- Actividades comunitarias y medioambientales (reforestación, reciclaje, huertos urbanos, etc.).
- Reporte de obras y avances sostenibles (como mejoras en infraestructura verde, iluminación solar, ciclovías, etc.).

3. ¿Qué errores comunes se deben evitar al momento de crear una Fan Page?

Al crear una Fan Page, especialmente para una comuna, es importante evitar los siguientes errores comunes:

- Falta de identidad clara: No definir adecuadamente el propósito de la página ni reflejar la imagen institucional de la comuna (logo, colores, nombre oficial, etc.).
- No actualizar contenido regularmente: Una Fan Page sin publicaciones frecuentes da la impresión de abandono y desinterés.
- Ignorar la interacción con los ciudadanos: No responder mensajes o comentarios genera distancia y falta de confianza en la gestión.
- Publicar solo propaganda o contenido institucional: La Fan Page debe ser participativa, incluyendo contenido útil, educativo y de interés para la comunidad.

Sobre contenido y estrategia

4. ¿Qué tipo de publicaciones generan mayor interacción en páginas comunitarias?

Las publicaciones que generan mayor interacción en páginas comunitarias suelen ser:

- **Noticias locales relevantes**, especialmente aquellas que afectan directamente a los vecinos (obras, cortes de luz, actividades, etc.).
- **Historias humanas o testimonios** de vecinos, voluntarios, adultos mayores, etc.
- **Contenido participativo**, como encuestas, concursos, preguntas abiertas y llamados a la opinión.
- **Contenido visual**, como fotos de eventos, videos cortos y transmisiones en vivo.

5. ¿Qué frecuencia de publicación es recomendable para mantener una comunidad activa?

Lo ideal es publicar con una frecuencia constante, sin saturar ni abandonar la página.
Recomendación:

- 3 a 5 veces por semana, combinando noticias, actividades, consejos y contenido participativo.
- Usar historias o reels para contenido más informal y diario.
- Adaptar según la respuesta del público: si hay buena interacción, se puede aumentar la frecuencia gradualmente.

6. ¿Cómo adaptar el contenido a una audiencia con distintos niveles de acceso digital?

Es clave combinar lo digital con lo presencial:

- Publicar en redes sociales para quienes usan internet.
- Colocar carteles en lugares clave (juntas de vecinos, ferias, centros de salud).
- Tener puntos físicos de información, como una oficina o stand en actividades públicas.

Sobre participación comunitaria

7. ¿Cómo fomentar la participación de los habitantes en la creación de contenido?

Para lograr que las personas se involucren en la creación de contenido, es clave que se sientan parte de la página y que su voz tenga valor. Una forma efectiva es invitar a vecinos a compartir sus historias, fotos, iniciativas o propuestas, ya sea por mensaje directo o mediante campañas como “Vecino del mes” o “Lo bueno del barrio”. También funciona abrir espacios de participación como encuestas o preguntas abiertas en redes. Cuando las personas ven que su contenido se publica y se valora, se genera un sentido de pertenencia y motivación para seguir participando.

8. ¿Qué rol pueden tener los jóvenes o líderes comunitarios en la administración de la Fan Page?

Los jóvenes y líderes comunitarios pueden ser una gran fortaleza para la Fan Page, ya que suelen tener mayor manejo digital, creatividad y cercanía con sus comunidades. Pueden aportar ideas frescas, ayudar a diseñar contenido atractivo y actuar como puentes entre la administración y los vecinos. Su participación permite que la Fan Page no sea solo un canal institucional, sino una plataforma viva, representativa y con identidad local. Además, su involucramiento promueve liderazgo, sentido de responsabilidad y empoderamiento comunitario.

9. ¿Qué estrategias recomienda para visibilizar las problemáticas locales sin caer en la confrontación?

Para mostrar problemas sin generar conflicto, es importante usar un enfoque constructivo y propositivo. En lugar de solo señalar lo que está mal, se puede mostrar cómo afecta a la comunidad y plantear soluciones o llamados a la acción, por ejemplo: “Vecinos han reportado este problema, ¿cómo lo solucionamos juntos?”. También ayuda dar voz a los afectados de forma respetuosa, evitar culpabilizar directamente a personas o autoridades,

y destacar los esfuerzos que ya se están haciendo. Así, se logra visibilizar lo que importa, sin polarizar ni generar rechazo, sino buscando colaboración.

Sobre métricas y evaluación

10. ¿Cuáles son los indicadores más importantes para evaluar el impacto de una Fan Page comunitaria?

Para medir el impacto real de una Fan Page comunitaria, no basta con contar “me gusta”. Es importante observar indicadores como el alcance de las publicaciones, es decir, cuántas personas ven el contenido; las interacciones (comentarios, compartidos y reacciones), que muestran el nivel de participación; y el crecimiento de seguidores, que refleja si la comunidad está interesada en mantenerse conectada. También es útil medir la cantidad de mensajes recibidos, la participación en encuestas o llamados comunitarios, y si las publicaciones están generando acciones concretas fuera del mundo digital, como la asistencia a eventos o colaboración vecinal.

11. ¿Qué herramientas recomienda para hacer seguimiento del crecimiento e interacciones de la página?

Facebook ofrece su propia herramienta gratuita llamada Meta Business Suite, que permite ver estadísticas detalladas como el rendimiento de cada publicación, crecimiento de la comunidad, horarios de mayor actividad y perfil del público. Para análisis más profundos, se puede complementar con herramientas como Metricool, Hootsuite o incluso Google Sheets, si se quiere llevar un registro personalizado. Estas herramientas ayudan a ajustar estrategias, detectar tendencias y tomar decisiones más informadas.

12. ¿Cómo interpretar el alcance y las estadísticas de Facebook en comunidades rurales o con baja conectividad?

En contextos rurales o con baja conectividad, es normal que las estadísticas digitales no reflejen todo el impacto real. Por eso, es clave leer los datos con contexto, considerando

que menos “likes” no significa menos interés. Si las publicaciones digitales están generando conversación offline, asistencia a actividades o difusión boca a boca, eso también es señal de impacto. En estos casos, se puede complementar con métodos tradicionales de evaluación, como encuestas presenciales, observación directa o consulta a líderes vecinales.

Sugerencias finales

13. Desde su experiencia, ¿qué buenas prácticas ha visto en Fan Pages de otras comunidades?

Una de las buenas prácticas más efectivas es mantener un tono cercano y respetuoso, que refleje la identidad de la comunidad. También destacan las páginas que usan contenido visual propio (fotos de vecinos, eventos reales), y aquellas que responden activamente los comentarios y mensajes, fortaleciendo la confianza. Otra estrategia exitosa es incluir a la comunidad en la generación de contenido, con campañas como “tu voz en la página” o “historias del barrio”. Estas Fan Pages se transforman en un canal real de comunicación y no solo en un tablón de anuncios.

14. ¿Qué recomendaciones daría para lograr que la Fan Page sea sostenible en el tiempo?

La sostenibilidad digital depende de varios factores. Primero, es clave formar un pequeño equipo o red de apoyo, para no depender de una sola persona. También es importante planificar con anticipación el contenido, utilizando calendarios mensuales para evitar la improvisación. Otra recomendación es combinar publicaciones institucionales con contenido comunitario, lo que mantiene el interés. Finalmente, capacitar a jóvenes o voluntarios en comunicación digital puede asegurar continuidad y frescura en el tiempo.

15. ¿Cree que una Fan Page puede realmente contribuir al fortalecimiento de la sostenibilidad local? ¿Por qué?

Sí, definitivamente porque una Fan Page bien gestionada puede ser una herramienta clave para la sostenibilidad local, porque informa, conecta e inspira acción. Permite visibilizar proyectos comunitarios, promover buenas prácticas ambientales y sociales, y convocar a la participación activa. Además, al dar voz a vecinos y organizaciones locales, fortalece el tejido social y fomenta la corresponsabilidad. En tiempos donde la comunicación digital es fundamental, una Fan Page puede ser el punto de encuentro entre la gestión pública y la comunidad, apoyando procesos sostenibles desde lo cotidiano.

Análisis e interpretación de entrevista a experto en Fan Pages

Categoría de análisis	Respuesta clave del entrevistado	Interpretación	Relación con la tesis
Diseño y configuración	Identidad visual coherente, descripción clara, ubicación y contacto definidos.	El diseño debe comunicar confianza y reflejar la identidad comunitaria.	Refuerza el componente de diseño estratégico propuesto para la Fan Page de Las Huacas.
Categoría recomendada	Participación ciudadana y sostenibilidad; incluir eventos, actividades y reportes.	La categoría debe reflejar propósito social y ambiental.	Alineado al objetivo de impulsar sostenibilidad y participación desde la Fan Page.
Errores comunes	Falta de identidad, contenido desactualizado, poca interacción, enfoque institucional.	La Fan Page debe ser participativa, no solo informativa.	Justifica el diseño participativo propuesto en la tesis.
Publicaciones efectivas	Noticias locales, historias humanas, contenido visual y participativo.	El contenido debe ser cercano, relevante y emocionalmente conectado.	Sirve como guía para definir el tipo de contenido en la estrategia digital.
Frecuencia de publicación	3–5 veces por semana, combinar formatos.	La constancia es clave para mantener el interés y la comunidad activa.	Aporta criterios prácticos para la sostenibilidad comunicacional de la página.
Inclusión digital	Combinar lo digital con medios presenciales (carteles, puntos físicos).	El enfoque debe ser inclusivo y contextualizado.	Refuerza la propuesta metodológica mixta e inclusiva de la tesis.
Participación comunitaria	Campañas participativas, historias locales, encuestas abiertas.	Fomentar sentido de pertenencia a través del contenido generado por la comunidad.	Clave para el empoderamiento digital y cohesión comunitaria.
Rol de jóvenes y líderes	Apoyan con ideas frescas, creatividad y conexión comunitaria.	Promueven apropiación tecnológica, liderazgo y sostenibilidad.	Justifica la inclusión de jóvenes como actores claves en la estrategia.
Visibilización sin confrontación	Enfoque propositivo, llamados a la acción, evitar culpabilizar.	La comunicación debe generar colaboración, no polarización.	Orienta la línea editorial propuesta para la Fan Page.

Indicadores clave	Alcance, interacciones, crecimiento, participación y acciones fuera de línea.	Medir impacto más allá de métricas digitales.	Propone indicadores para la evaluación de la Fan Page en el marco de sostenibilidad.
Herramientas de monitoreo	Meta Business Suite, Metricool, Hootsuite, Google Sheets.	Evaluación técnica que facilita toma de decisiones.	Fundamenta la fase de seguimiento y mejora continua de la Fan Page.
Interpretación de estadísticas	Lectura contextual: baja conectividad ≠ bajo interés.	Importancia de métodos mixtos para evaluar impacto.	Reafirma el enfoque cuali-cuantitativo del estudio.
Buenas prácticas	Contenido visual propio, tono cercano, interacción activa.	Humanizar la comunicación fortalece el vínculo con la comunidad.	Aporta lineamientos prácticos para el diseño estratégico.
Sostenibilidad digital	Equipo de apoyo, planificación, capacitación.	Sostenibilidad depende de organización, formación y relevancia del contenido.	Fundamenta la viabilidad y proyección a largo plazo de la propuesta.
Contribución a sostenibilidad	Informa, conecta, convoca, da voz a la comunidad.	Una Fan Page activa puede articular procesos sociales, ambientales y económicos.	Valida la hipótesis central: Facebook como herramienta para el desarrollo sostenible.

Entrevista líder comunitario.

Nombre: Cristhian Vélez,

Dignidad: presidente de la Comuna Las Huacas

Cristhian Vélez, actual presidente de la Comuna Las Huacas, comparte su visión sobre los desafíos y logros de su comunidad, destacando el papel de la organización vecinal y el trabajo colectivo para el desarrollo local. Su liderazgo refleja el compromiso con la participación ciudadana y la defensa de los derechos comunitarios.

Desarrollo

Entrevistador: Buenas tardes don Cristhian Gracias por recibirnos. Como le comentaba, estamos trabajando en una propuesta de comunicación digital que consiste en diseñar una Fan Page en Facebook que permita visibilizar temas de sostenibilidad y participación comunitaria de Las Huacas.

Entrevistado: Buenas tardes. Mi nombre es Cristhian Vélez, actual presidente de la comuna Las Huacas, y estaré en funciones hasta diciembre de este año. Estamos prestos a colaborar en lo que sea necesario para el desarrollo de la comunidad.

BLOQUE 1: Comunicación comunitaria actual

P. ¿Cuáles son los principales medios de comunicación que utiliza actualmente la comuna?

R. Usamos principalmente el Internet. Las señales de telefonía celular (Movistar, Claro) no son buenas aquí, por lo que el acceso a redes sociales como Facebook depende exclusivamente del internet. La mayor parte de los comuneros utiliza Facebook para informarse sobre noticias generales.

P. ¿Qué tan fácil o difícil es enterarse de lo que sucede en la comuna?

R. Es relativamente fácil, ya que la comunidad es pequeña y las noticias circulan rápido de boca en boca. Sin embargo, conocer lo que ocurre en otras comunas o sectores es más complicado, porque no contamos con espacios digitales conjuntos, salvo algunos mensajes por WhatsApp.

P. ¿Considera que hace falta un canal de información para reunir actividades y noticias comunitarias?

R. Sí. Es necesario contar con una red social donde se visibilicen los proyectos y actividades que se desarrollan, tanto para que la comunidad se mantenga informada, como para que las autoridades conozcan nuestros avances y necesidades.

P. ¿Cómo se comunican actualmente con autoridades locales o instituciones?

R. Nos comunicamos principalmente a través de la Junta Parroquial, la Marina, el Teniente Político, y lo hacemos vía WhatsApp. No usamos correo electrónico porque no contamos con uno institucional actualizado.

BLOQUE 2: Uso de redes sociales (enfocado en Facebook)

P. ¿Usa usted Facebook?

R. Sí, uso Facebook personal todos los días para informarme.

P. ¿Para qué lo utiliza principalmente?

R. Para informarme sobre noticias del país, ver si llegan proyectos a la comunidad, y también para temas personales.

P. ¿Conoce alguna fan page comunitaria de otras comunas?

R. Sí. He escuchado que las comunas Las Casitas y Costa Rica tienen sus propias fan pages donde publican actividades comunitarias. Nosotros aún no contamos con una, por falta de conocimientos técnicos sobre su uso.

BLOQUE 3: Percepción sobre la fan page comunitaria

P. ¿Considera útil tener una fan page oficial para la comuna Las Huacas?

R. Sí. Sería muy importante para que los comuneros participen, compartan sus actividades y las autoridades conozcan los trabajos que realizamos, especialmente en temas ambientales.

P. ¿Qué tipo de contenido le gustaría ver publicado?

R. Me gustaría ver contenido sobre los emprendimientos, problemas ambientales y sus soluciones, noticias de la comunidad y actividades culturales.

P. ¿Quiénes deberían participar en la administración de la fan page?

R. Debería estar a cargo de la directiva y de las comisiones comunitarias. Somos cuatro en la directiva y tenemos 12 comisiones, como salud, deporte, turismo, entre otras.

P. ¿Tienen actualmente una comisión de comunicación?

R. No. Aún no contamos con una comisión específica de comunicación.

P. ¿Considera que existen riesgos o dificultades para crear la fan page?

R. No veo riesgos. Al contrario, sería beneficioso porque nos permitiría estar mejor informados y tener mayor visibilidad.

P. ¿Estaría dispuesto a colaborar con contenidos o ideas?

R. Sí, estamos dispuestos como directiva a participar con ideas y difusión. Además, creemos que debemos ser ejemplo para que los jóvenes también participen.

P. ¿Qué se necesita para que la página funcione y no quede abandonada?

R. Necesitamos talleres de capacitación en redes sociales, involucrar a los jóvenes del bachillerato, y designar una persona responsable del manejo de la fan page.

P. ¿Conocen a alguna persona con habilidades en redes sociales que podría apoyar?

R. Sí. Hay un joven que maneja TikTok y hace transmisiones en vivo. Podría colaborar si está disponible.

BLOQUE 4: Participación y sostenibilidad

P. ¿Cómo promocionan actualmente el producto de concha empacada al vacío?

R. Antes trabajábamos con la empresa Mansur, quien se encargaba de la promoción y distribución. Sin embargo, el precio que nos ofrecían era muy bajo y no nos resultaba rentable. Actualmente estamos inactivos en ese ámbito, aunque seguimos disponibles para pedidos especiales, pero buscamos otras alternativas.

Conclusión del entrevistador. - Se evidencia el interés y la disposición de la comunidad por contar con una herramienta digital de comunicación como una fan page. La información recabada permitirá diseñar estrategias adecuadas, considerando la necesidad de formación, participación juvenil y sostenibilidad del proyecto en el tiempo.

Análisis e interpretación de la entrevista al líder comunitario Cristhian Vélez (Presidente de la comuna Las Huacas)

Categoría de análisis	Respuesta clave	Interpretación	Relación con la tesis
Medios actuales	Uso principal del internet; telefonía limitada; Facebook como fuente de información general.	La conectividad es baja pero Facebook es el medio digital más accesible.	Justifica el uso de Facebook como plataforma base para la estrategia digital comunitaria.
Acceso a información local	Fácil dentro de la comuna (boca a boca), difícil fuera de ella.	Existe una brecha de comunicación intercomunitaria.	Refuerza la necesidad de una Fan Page para integrar y articular información local y externa.
Necesidad de canal digital	Se requiere una red social para visibilizar proyectos.	Hay demanda de un canal oficial y digital para informar a comuneros y autoridades.	Apoya directamente el objetivo general del estudio.
Comunicación con autoridades	Vía WhatsApp y actores institucionales locales; no usan email.	Limitación de canales formales y digitales.	Indica que una Fan Page bien gestionada podría complementar o modernizar la comunicación institucional.
Uso personal de Facebook Conocimiento de Fan Pages	Uso diario para noticias, proyectos y temas personales. Conoce otras comunas con Fan Pages; falta de conocimiento técnico en Las Huacas.	Hay familiaridad básica con la red social. Existen modelos referenciales y apertura al aprendizaje.	Potencial para capacitar y activar su uso en la gestión comunitaria. Sienta precedentes y viabilidad para replicar la experiencia con asesoría.
Valoración de una Fan Page	Es importante para fomentar participación y visibilizar problemáticas ambientales.	Alta expectativa de impacto social y ambiental.	Respaldado el valor estratégico de la Fan Page como herramienta de sostenibilidad.
Tipo de contenido deseado	Emprendimientos, ambiente, noticias, cultura.	Preferencia por contenido útil, local, dinámico.	Permite diseñar una línea editorial cercana a los intereses comunitarios.
Gestión de la página	Administración por directiva y comisiones.	Existe estructura organizativa que puede asumir la tarea.	Facilita la identificación de roles en la gestión participativa.

Comisión de comunicación	No existe aún.	Hay una oportunidad organizativa pendiente.	Recomendable incluir la creación de esta comisión en la propuesta estratégica.
Riesgos o dificultades	No percibe riesgos, sino beneficios.	Disposición favorable al cambio.	Refuerza la viabilidad social del proyecto.
Participación y colaboración	Disposición activa de la directiva; ejemplo para jóvenes.	Liderazgo comprometido con enfoque generacional.	Alineado con la idea de empoderamiento comunitario y sostenibilidad social.
Condiciones de funcionamiento	Capacitación, participación juvenil, responsable designado.	Se identifican factores clave para el éxito sostenido.	Define condiciones operativas para el modelo propuesto.
Apoyo técnico local	Hay jóvenes con habilidades digitales que podrían apoyar.	Talento comunitario disponible.	Potencial para desarrollar capacidades locales y promover la apropiación tecnológica.
Actividades productivas	Inactivos en comercialización de concha; buscan nuevos canales.	Necesitan espacios para reactivar y promocionar productos.	La Fan Page puede actuar como vitrina para emprendimientos locales sostenibles.

NOTA: Elaborado por Verónica Pauta junio 2025

Hallazgos: Existe interés en involucrar a jóvenes del bachillerato y se identifica a un posible colaborador con experiencia en redes sociales. Además, se destaca la necesidad de **talleres de capacitación** y de designar responsables.

Interpretación: La sostenibilidad del proyecto depende de la formación de capacidades locales. La participación intergeneracional puede fortalecer el relevo y continuidad. Hay una necesidad urgente de acompañamiento técnico y pedagógico.

Implicaciones para el diseño de estrategias de comunicación digital en Facebook

Con base en la entrevista, se pueden definir los siguientes **principios orientadores**:

- **Pertinencia local:** La estrategia debe partir de las necesidades, valores y dinámicas de la comuna.
- **Accesibilidad:** El diseño debe considerar el nivel de conectividad e infraestructura digital disponible.
- **Capacitación:** Es fundamental formar a miembros de la directiva y a jóvenes en el uso de herramientas digitales.
- **Participación comunitaria:** La fan page debe ser gestionada colectivamente, con contenidos generados desde las comisiones y actores clave.
- **Sostenibilidad:** Se requiere institucionalizar el manejo de la fan page mediante la creación de una comisión de comunicación y un reglamento básico de uso.

Análisis e interpretación integral de entrevistas
(Formato tabla comparativa con categorías temáticas claves)

Categoría de análisis	Líder comunitario	Economista	Experto en Fan Pages	Ing. Alexandra Veloz Segura (Experta en sistemas)	Interpretación global
Acceso y uso de redes sociales	Facebook personal es común, pero no hay Fan Page ni correo institucional.	Facebook se usa para informar y conectar, aunque hay brechas de acceso y habilidades.	Facebook debe combinarse con medios presenciales por la baja conectividad.	Recomienda publicaciones claras, adaptadas a los niveles de acceso, y complementar lo digital con medios impresos.	Facebook es el medio más viable para digitalizar la comunicación local, pero requiere acompañamiento formativo, adaptaciones al contexto y soporte técnico.
Necesidad de Fan Page	Fan Page es necesaria para informar, visibilizar actividades y conectar con autoridades.	Una Fan Page puede generar impacto económico si está bien gestionada.	Fan Page bien diseñada mejora reputación, participación y organización comunitaria.	Afirma que una Fan Page puede fortalecer comunidad, visibilizar iniciativas y fomentar transparencia, contribuyendo directamente a la sostenibilidad social y local.	Las voces coinciden: la Fan Page es urgente y útil para sostenibilidad, participación y cohesión, siempre que tenga propósito social claro y responda a las necesidades locales.
Objetivos y beneficios esperados	Mostrar emprendimientos, cultura y problemas ambientales.	Visibilizar turismo, productos, alianzas; fortalecer imagen digital.	Comunicar, inspirar acción y conectar actores locales.	Visibilizar iniciativas, fortalecer sentido comunitario, fomentar diálogo y empoderar jóvenes para sostener la herramienta a largo plazo.	La Fan Page puede convertirse en motor de cohesión, identidad, turismo, participación juvenil y empoderamiento social.
Contenido recomendado	Noticias locales, cultura, ambiente, participación.	Publicidad de productos, eventos y testimonios.	Noticias, historias, encuestas, videos, eventos locales.	Historias reales, fotos de actividades, videos testimoniales, convocatorias a eventos; todo con coherencia visual y misión clara.	Se destaca la necesidad de contenido local, visual, participativo, auténtico y estratégico para generar conexión real con la comunidad.

Indicadores de evaluación	Uso constante, visibilidad, asistencia a eventos.	Seguidores, interacciones, ventas, percepción, alianzas.	Alcance, crecimiento, comentarios, participación fuera de línea.	Alcance, interacciones, número de seguidores; recomienda usar herramientas como Facebook Insights y Creator Studio para monitoreo.	Aportan indicadores cuali-cuantitativos viables para monitorear impacto digital y ajustar estrategias según resultados, adaptándolos al contexto rural.
Gestión de la página	Debe ser administrada por directiva y comisiones.	Debe estar liderada localmente con participación de actores clave.	Sugerencia de equipo de apoyo, calendario editorial, liderazgo juvenil.	Sugiere un equipo responsable, con jóvenes capacitados, y planificación integrada en los planes de comunicación de la comuna.	Se identifica la estructura organizativa necesaria para que el modelo digital sea sostenible, participativo y conectado con la gestión comunitaria formal.
Factores de sostenibilidad	Talleres, jóvenes del colegio, responsable designado.	Formación, apoyo institucional, liderazgo joven.	Capacitación, planificación de contenidos, equipo de respaldo.	Capacitación técnica, liderazgo juvenil, planificación de contenidos, integración con otras herramientas como WhatsApp y respaldo institucional.	Hay consenso: el éxito a largo plazo depende de formación, participación comunitaria, planificación estratégica y respaldo organizativo e institucional.
Limitaciones y riesgos	Falta de conocimientos técnicos y comisión de comunicación.	Brecha digital, centralización, falta de continuidad.	Acceso limitado y pérdida de visión comunitaria si no hay participación real.	Riesgos de no definir público objetivo, poca claridad en misión o identidad digital, y falta de continuidad si no se cuenta con equipo ni capacitación adecuada.	Las debilidades son abordables con acompañamiento técnico, planificación clara, formación comunitaria y fortalecimiento organizativo, evitando improvisación y falta de alineación con objetivos locales.

NOTA: Elaborado por Verónica Pauta junio 2025

Conclusiones del análisis integral:

- Facebook se posiciona como la plataforma digital más viable para Las Huacas debido a su uso extendido en la comunidad, aunque su implementación exitosa dependerá de un acompañamiento técnico y formativo adecuado.
- Las entrevistas reflejan una necesidad urgente de diseñar una Fan Page comunitaria, entendida no solo como un medio informativo, sino como una herramienta estratégica para impulsar el desarrollo sostenible social, económico y ambiental.
- Se identifican indicadores clave e insumos de contenido que fortalecen y enriquecen el diseño de la propuesta estratégica planteada en esta investigación.
- La sostenibilidad del proyecto requiere una organización comunitaria sólida, con especial protagonismo juvenil, así como apoyo técnico externo para garantizar capacitación, planificación efectiva y asignación clara de roles.
- El uso de Facebook debe trascender lo institucional para convertirse en una plataforma participativa y cultural, capaz de fortalecer la cohesión social, dinamizar la economía local y proyectar la identidad y visibilidad del territorio de Las Huacas.

Análisis de la ficha de observación participante

Ficha de observación directa en Facebook comunidad Las Huacas

Nombre del instrumento:	Ficha de observación directa en Facebook (comunidad Las Huacas)
Objetivo:	Registrar el comportamiento comunicacional de los actores comunitarios en páginas y grupos de Facebook vinculados a la comuna Las Huacas.
Tipo de observación:	No participante, digital
Unidad de análisis:	Páginas, perfiles y grupos comunitarios relacionados con Las Huacas
Fecha de observación:	15 de julio de 2025
Observador/a:	Verónica Beatriz Pauta Izurieta

Criterios de observación (ejemplo lleno)

Categoría	Indicador observado	Descripción / Comentario
Tipo de contenido publicado	Noticias, avisos de mingas, problemas ambientales, venta de conchas, fotos de eventos	Predominan publicaciones de venta, fotos de mingas y algunas denuncias ambientales, poca promoción cultural o turística.
Participación comunitaria	Comentarios: 3–5 por publicación; reacciones: 10–15; compartidos: 1–2	Poca participación activa, comentarios principalmente de conocidos, escasa difusión entre nuevos usuarios.
Actores visibles	Líderes comunitarios, jóvenes emprendedores, una página de pesca local	Publican sobre todo los líderes y un par de jóvenes; no se observa participación institucional formal.
Frecuencia de publicaciones	Eventual: 1–2 veces por semana	No existe una regularidad; a veces pasan semanas sin publicaciones.
Lenguaje y estilo	Coloquial, cercano, con expresiones locales	Uso frecuente de frases como “veci”, “minga”, “todos somos Huacas”, mezclado con emojis.
Enfoque en sostenibilidad	Problemas ambientales, reciclaje, limpieza de playa, venta de productos locales	Algunas iniciativas ambientales visibles, pero no articuladas con emprendimientos o actividades económicas.
Interacción digital	Respuestas escasas a comentarios; pocas menciones o etiquetados	Falta de gestión activa: no se responde a preguntas ni se promueve conversación.

Visibilidad de problemáticas	Denuncias sobre basura, falta de luz, problemas de pesca	Las problemáticas se visibilizan, pero no siempre acompañadas de propuestas de solución o llamados colectivos.
Elementos visuales usados	Fotos simples, algunos videos cortos, no se observa uso de infografías o transmisiones	Predominio de fotos espontáneas; escaso uso de material visual elaborado.
Uso de hashtags/localismos	Algunos hashtags: #LasHuacas, #MingaVerde; expresiones locales en comentarios	Uso espontáneo de hashtags, pero sin estrategia clara; fuerte presencia de lenguaje local.

Observaciones generales (hallazgos relevantes no incluidos arriba):

Se observa motivación comunitaria, pero falta de coordinación para consolidar una página oficial que articule actividades, problemas y propuestas. La participación juvenil es puntual, pero con potencial para ser fortalecida. Es notoria la necesidad de capacitación en manejo de redes sociales, diseño de contenidos y estrategias para aumentar el alcance y la interacción. La Fan Page podría convertirse en un espacio clave para integrar sostenibilidad ambiental, económica y social si se gestiona de forma organizada.

2.4 Comprobación de la idea a defender (Tesis central del estudio)

Los resultados del diagnóstico cuantitativo y cualitativo confirman de manera sólida que el diseño participativo de una estrategia de comunicación digital mediante una Fan Page en Facebook sí fortalecerá la sostenibilidad de la comuna Las Huacas, tal como plantea la tesis. La alta conectividad (93.2 %), el uso frecuente de Facebook (91.7 % al menos ocasionalmente) y el acceso predominante desde celulares (87.1 %) reflejan un entorno digital favorable para implementar esta propuesta.

Además, el 65.2 % considera importante tener una Fan Page oficial, y un 66.7 % afirma que la usaría para informarse sobre su comunidad, lo cual valida la viabilidad social y técnica de la plataforma. Las entrevistas con actores clave, como el líder comunitario, expertos en sostenibilidad y especialistas en comunicación digital, respaldan que una Fan Page puede aumentar la participación comunitaria, visibilizar problemáticas locales, fortalecer el tejido social y generar valor económico, especialmente en el ámbito del turismo, emprendimientos y medio ambiente.

Se destaca también la necesidad de capacitación, creación de una comisión de comunicación, participación juvenil y gestión colaborativa como condiciones críticas para su sostenibilidad en el tiempo. Esto coincide con los principios de apropiación tecnológica, organización social y empoderamiento local contenidos en la tesis.

En consecuencia, los datos cuantitativos y cualitativos confirman que la idea a defender no solo es pertinente, sino también factible y estratégica para el desarrollo sostenible de Las Huacas desde una perspectiva de comunicación participativa y comunitaria.

CAPÍTULO IV:

PROPUESTA METODOLÓGICA/TECNOLÓGICA

Propuesta: Creación de la Fan Page Las Huacas EcoRed

4.1 Justificación de la propuesta

La creación de la Fan Page Las Huacas EcoRed nace como una respuesta genuina a las voces de la comunidad, que expresaron en entrevistas y encuestas su deseo de contar con un espacio digital propio para informar, conectarse y visibilizar sus actividades locales. Como señala Castells (2009), en la sociedad red, las comunidades no solo consumen información, sino que también buscan producirla y compartirla para fortalecer su identidad. En este sentido, la Fan Page se convierte en una herramienta estratégica para dinamizar la comunicación local, integrar a diversos actores y proyectar la riqueza cultural, ambiental y social de Las Huacas.

El diseño metodológico de la propuesta combina un enfoque participativo, donde la comunidad no es solo receptora de contenidos, sino protagonista de su construcción. Según Tufte (2017), los procesos comunicativos que logran impacto social son aquellos que surgen desde la gente, atendiendo sus historias, necesidades y saberes. Por ello, la Fan Page incluirá secciones como noticias locales, emprendimientos, eventos, cultura y sostenibilidad, usando formatos visuales y narrativos accesibles para públicos diversos. La estrategia de publicaciones, con al menos dos contenidos semanales, buscará mantener el interés y generar interacción, incluso en contextos de baja conectividad.

La gestión de la página será liderada por un equipo mixto: jóvenes comunicadores, líderes comunitarios y un administrador general, fortaleciendo así el relevo generacional y la apropiación tecnológica. Como advierten Aparici y García-Marín (2018), el protagonismo juvenil en entornos digitales no solo es natural, sino clave para dinamizar la participación y conectar generaciones. Además, se prevé una capacitación inicial en

gestión de redes sociales, producción de contenidos y uso de herramientas como Facebook Insights, siguiendo recomendaciones de expertos como Martínez et al. (2021) sobre competencias digitales comunitarias.

Los indicadores de evaluación no solo considerarán métricas cuantitativas como número de seguidores o alcance, sino también aspectos cualitativos como la participación fuera de línea y la percepción comunitaria del impacto. Esta mirada integral responde a lo que Fuchs (2010) llama “prosumidores críticos”: usuarios que producen y reflexionan, generando valor no solo económico, sino social y cultural. Se propone una revisión mensual de resultados y ajustes trimestrales para mantener la propuesta alineada a los objetivos de sostenibilidad local.

La sostenibilidad de Las Huacas EcoRed dependerá del compromiso comunitario, la planificación estratégica y el acompañamiento técnico externo. Como afirman Gumucio Dagron (2009) y Tufte (2017), la comunicación para el cambio social solo se sostiene en el tiempo cuando está anclada en procesos organizativos sólidos y tiene significado para quienes participan. Así, esta propuesta no es solo la creación de una Fan Page, sino la construcción de un espacio colectivo que conecte voces, fortalezca vínculos y contribuya a un futuro más justo, participativo y sostenible para Las Huacas.

4.2 Objetivos de la propuesta

Objetivo general:

- Diseñar la Fan Page Las Huacas EcoRed como una plataforma digital comunitaria destinada a la promoción, la sostenibilidad social, económica, cultural y ambiental de la comuna Las Huacas, fortaleciendo la participación ciudadana, la identidad local y la visibilidad de sus iniciativas.

Objetivos específicos:

- Configurar técnicamente la Fan Page, incorporando elementos visuales, descriptivos e informativos que representen la identidad y misión de la comuna Las Huacas.
- Caracterizar contenidos participativos, que combine información, interacción, educación ambiental y promoción de emprendimientos locales.
- Establecer un equipo comunitario responsable de la administración, actualización y monitoreo de la Fan Page, garantizando su sostenibilidad y pertinencia en el tiempo.
- Capacitar a jóvenes y líderes locales en gestión digital para asegurar la continuidad y dinamismo de la plataforma.

4.3 Aspectos metodológicos

La propuesta plantea la creación y gestión de una Fan Page en Facebook denominada “**Las Huacas EcoRed**”, como plataforma central de comunicación participativa que fortalezca el tejido social y promueva acciones sostenibles en la comuna Las Huacas.

XXC

- **Tipo de página:** *Categoría Social/Comunitaria.*
- **Nombre:** *Las Huacas EcoRed.*
- **Descripción breve:**

Plataforma digital colaborativa que busca conectar, informar y movilizar a los habitantes de Las Huacas en torno a la sostenibilidad, la identidad cultural y la participación ciudadana.

4.4 Elementos iniciales:

Logo e imagen de portada:



Propuesta. Representativos de la comuna, combinando símbolos del territorio (paisaje, mar, fauna) con elementos gráficos de sostenibilidad (colores verdes, íconos circulares).



Descripción institucional:

- *Misión:* Promover la comunicación comunitaria digital para empoderar a los habitantes de Las Huacas en acciones sostenibles.
- *Visión:* Ser una red digital activa, creativa y participativa al servicio de la comunidad y del cuidado de su territorio.
- *Objetivos:* Informar, educar, visibilizar acciones locales, motivar la organización comunitaria y fomentar alianzas sostenibles.

Datos de contacto actualizados: Correo electrónico, número de WhatsApp, y horarios de atención o contacto comunitario.

Estrategia de contenidos

Frecuencia mínima: 2 publicaciones semanales.

- **Secciones regulares:**
 - Noticias locales y comunicados comunitarios.
 - Calendario de eventos y convocatorias.
 - Promoción de emprendimientos y productos locales.
 - Cultura, música, tradiciones y relatos orales.
 - Educación ambiental y temas de sostenibilidad.
 - Turismo responsable: paisajes, rutas y visitas.

- **Formatos multimedia:**

Fotografías, reels, videos cortos, transmisiones en vivo, encuestas comunitarias, testimonios, podcasts o cápsulas radiales.

4.4 Plan de gestión y roles

Una Fan Page exitosa requiere organización interna, distribución de tareas y sostenibilidad humana:

Equipo de gestión:

- **Administrador general:** Coordina el plan estratégico, modera publicaciones y asegura la calidad del contenido.
- **Jóvenes comunicadores:** Encargados de generar contenido creativo (fotos, videos, entrevistas).
- **Comité comunitario de apoyo:** Revisa y valida la información publicada, propone temas y asegura representatividad.

Capacitación inicial:

Talleres comunitarios sobre:

- Gestión de páginas en redes sociales.
- Producción audiovisual con celulares.
- Estrategias de narración (storytelling local).
- Moderación y comunicación respetuosa.

Herramientas sugeridas:

- *Facebook Insights* para análisis de métricas.
- *Meta Creator Studio* para programar contenido.
- *WhatsApp Business* vinculado para interacción directa.

4.5 Plan de evaluación e indicadores

Para garantizar la efectividad, se propone un sistema de evaluación interna:

Indicadores clave:

- Crecimiento mensual de seguidores en Facebook.
- Nivel de interacción: reacciones, comentarios, veces compartido.
- Participación presencial en eventos organizados desde la página.
- Número de contenidos enviados por habitantes o colectivos locales.

Evaluación periódica:

- Revisión mensual de estadísticas digitales.
- Retroalimentación comunitaria (virtual o presencial).
- Ajustes trimestrales al plan de contenidos y diseño gráfico.

4.5 Sostenibilidad de la propuesta

La continuidad de Las Huacas EcoRed dependerá de varios factores articulados:

- **Inclusión en los planes de comunicación comunitarios oficiales.**
- **Alianzas con actores clave:** Emprendimientos, escuelas, proyectos turísticos y gobiernos locales.
- **Participación juvenil:** Motivar el liderazgo digital de jóvenes como agentes de cambio.
- **Apoyo externo:** Gestión de convenios con ONGs, universidades o instituciones que puedan brindar asesoría, formación y equipamiento.

Eslogan de lanzamiento:

Las Huacas EcoRed:

Conectamos nuestras voces, cuidamos nuestro territorio.

Presupuesto básico Fanpage Las Huacas EcoRed

1. Creación inicial (único pago)

Concepto	Costo estimado (USD)
Diseño de logo (si no lo tienen)	\$50 - \$100
Diseño de portada para Facebook	\$30 - \$60
Configuración inicial de Fanpage (creación, información, imágenes, vinculación a Instagram/WhatsApp, mensajes automáticos)	\$50 - \$100
Redacción de descripción y primeras publicaciones (3 a 5 posts iniciales)	\$40 - \$80

Subtotal creación: \$170 - \$340

2. Sostenibilidad mensual

Concepto	Costo estimado mensual (USD)
Creación de contenido (4-8 publicaciones al mes: fotos, textos, diseño simple)	\$80 - \$150
Gestión de comunidad (responder mensajes, comentarios, moderación)	\$50 - \$100
Publicidad pagada (opcional, para aumentar seguidores o promocionar actividades)	\$50 - \$200

Subtotal mensual: \$180 - \$450

3. Sostenibilidad anual (referencia, 12 meses)

Concepto	Costo estimado anual (USD)
Suma de sostenibilidad mensual x 12	\$2,160 - \$5,400

Resumen total estimado

Etapas	Rango estimado (USD)
Creación inicial	\$170 - \$340
Sostenibilidad 12 meses	\$2,160 - \$5,400
Total, anual aprox.	\$2,330 - \$5,740

Notas importantes

- Los costos dependen de si contratan a profesionales (diseñadores, community managers) o si parte del trabajo lo asume el propio equipo.
- La publicidad pagada es opcional pero muy útil para crecer.
- Si hay voluntarios para contenido y gestión, el costo puede reducirse muchísimo (quizás solo pagando diseño puntual y publicidad).

CONCLUSIONES

- La Comuna Las Huacas no cuenta con una presencia digital organizada en Facebook, lo que limita su visibilidad, la circulación de información relevante y la articulación comunitaria para enfrentar problemáticas sociales y ambientales.
- Los actores comunitarios reconocen el potencial de Facebook como herramienta de comunicación participativa, aunque su uso actual es informal y disperso. Se evidencia la necesidad de fortalecer capacidades digitales locales.
- La participación ciudadana en entornos digitales es baja, pero con disposición al cambio, especialmente entre jóvenes y líderes, quienes manifiestan interés en contribuir al desarrollo sostenible desde el ámbito comunicacional.
- El diagnóstico digital evidencia una brecha entre la realidad comunicacional local y las oportunidades que ofrece Facebook, como canal gratuito, accesible y adaptable al contexto rural e insular de Las Huacas.
- La propuesta de diseño de una Fan Page comunitaria, construida desde un enfoque participativo y contextualizado, responde a una necesidad concreta de la comunidad, y permite establecer estrategias comunicacionales viables, sostenibles y replicables.
- El uso planificado de Facebook contribuye a fortalecer la sostenibilidad local, al facilitar la visibilización de problemáticas ambientales, la participación activa de la comunidad y la difusión de saberes culturales y acciones colectivas.

RECOMENDACIONES

- Implementar de forma inmediata una Fan Page comunitaria oficial para la Comuna Las Huacas, gestionada por un equipo local conformado por líderes comunitarios, jóvenes y representantes del GAD parroquial, con el objetivo de fortalecer la comunicación digital participativa.
- Desarrollar procesos de capacitación básica en comunicación digital, orientados a los administradores de la Fan Page y otros actores comunitarios, para mejorar habilidades en redacción digital, publicación responsable, uso de recursos visuales y manejo ético de redes sociales.
- Fomentar la participación activa de los habitantes de Las Huacas en la producción de contenidos digitales, promoviendo publicaciones colaborativas sobre temas de sostenibilidad, cultura, problemáticas locales y memorias colectivas.
- Establecer un plan de contenidos mensuales con enfoque comunitario y sostenible, que incluya temas ambientales, actividades locales, convocatorias, testimonios, logros y tradiciones, fortaleciendo así la identidad y cohesión social.
- Crear alianzas con instituciones educativas, ambientales o de desarrollo local, que puedan acompañar, asesorar o apoyar técnicamente a la comunidad en el uso estratégico de Facebook y otras herramientas digitales.
- Monitorear y evaluar periódicamente el impacto de la Fan Page, mediante indicadores simples como publicaciones realizadas, interacción de los seguidores, temas abordados y participación comunitaria, con el fin de mejorar continuamente la estrategia digital.

Bibliografía

- AIMC. (2008). *LIBRO BLANCO IAB-AIMC DE MEDICIÓN DE AUDIENCIAS DIGITALES. LAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA MEDICIÓN DE AUDIENCIAS DIGITALES*. Madrid: AIMC.
- Alfaro, A. C. (2020). Acoso escolar, ciberacoso y las nuevas tecnologías de la información y comunicación. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 5.
- Álvarez-Gayou, J. L. (2003). *Cómo hacer una investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. México: Paidós. Obtenido de file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/C%C3%B3mo_hacer_investigaci%C3%B3n_cualitativa.pdf
- Andrea Oliveira, P. C. (2022). Revista de Marketing aplicado. *Red Marka*, 3.
- Aparici, R., & García-Marín, D. (2018). Prosumidores y émirecs: Análisis de dos teorías enfrentadas. *Comunicar: Revista Científica de Educomunicación*, 26(55), 71–79. doi:<https://doi.org/10.3916/C55-2018-07>
- Arana Pacaya, W. G., & Huaman Huaman, Y. M. (2023). *El nuevo escenario del periodismo deportivo en el formato audiovisual en las plataformas digitales, YouTube y Twitch en Lima Metropolitana*. Lima: Universidad César Vallejo.
- Arenas Loiza, A. V., Velandia Escobar, A. M., & Quiñonez Mulato, L. A. (2017). *Análisis de la influencia de las estrategias del mercadeo de la experiencia, sobre la relación del consumidor con las marcas de prendas de vestir, dirigidas al target joven en la ciudad de Barranquilla*. Santiago de Cali: Universidad Autónoma de Occidente.
- Arias Gonzáles, J., Cueva Luza, T., Jara Córdova, O., Flores Limo, F. A., & Balmaceda Flores, C. A. (2023). *Métodos mixtos de investigación para principiantes*. Puno: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C.

- Arredondo Rubio, C. (2020). La red social Facebook como dispositivo de control. Una mirada desde la filosofía de Foucault. *Sincronía*, 165-175.
- Asamblea General de la ONU. (1966). *Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos*. New York: ONU. Obtenido de <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-civil-and-political-rights>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución de La República Del Ecuador*. Quito: Registro oficial No. 449.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2010). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD)*. Quito: Registro Oficial No. 303.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2019). *Ley Orgánica de Comunicación (Reformada en 2019)*. Quito: Registro Oficial No. 38.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2021). *Ley Orgánica de Protección de Datos Personales*. Quito: Registro Oficial Suplemento No. 459. Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/ley-de-propiedad-intelectual>
- Ato, M. L. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología*, 29(3), 1038–1059. doi:<https://doi.org/10.6018/analesps.29.3.178511>
- Banegas Padilla, C. I. (2024). *Creación de un medio de comunicación deportivo para Facebook, Instagram y TikTok*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Barrios, G. G. (2024). Comunicación universitaria en el ecología mediática desde sus audiencias y prosumidores . *Metodología, métodos y técnicas* , 141.
- Bedolla-Solano, J. J., Bedolla Solano, R., & Miranda-Esteban, A. (2023). Prácticas digitales y sostenibilidad socioambiental en la educación básica de las Smart Cities. *RED. Revista de Educación a Distancia. Núm. 72, Vol. 23*, 1-35.

- Bedón Andrade, J. L. (2021). *Facebook: De la interacción digital a la intervención social*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.
- Bernal, J. D., & Banderas, M. (2024). Manejo y representación de imagen de futbolistas en el Ecuador: contexto, análisis y propuesta. *Revista Científica de Comunicación*, 28.
- Boulahrouz Lahmidi, M. (2021). Salidas de campo y educación para el desarrollo sostenible. Una propuesta para la participación juvenil usando el storytelling digital. *Edmetic, Revista de Educación Mediática y TIC*, 10(2), 184–201. doi:<https://doi.org/10.21071/edmetic.v10i2.13031>
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven, Connecticut: Yale University Press.
- Cabral Filho, A. V. (2017). La comunicación comunitaria como clave reguladora privilegiada para las políticas nacionales de comunicación privilegiada para las políticas nacionales de comunicación. *MEDIACIONES N°19*, 68-78.
- Cáceres Zapatero, M., Brändle, G., & Ruiz San-Román, J. (2020). Comunicación interpersonal en la web 2.0. Las relaciones de los jóvenes con desconocidos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 438.
- Calderón Fornaris, P. A., & Piñeiro Suárez, N. (2003). *Metodología de la Investigación Científica. Selección de lecturas*. La Habana.
- Calmet, P. L. (2021). La influencia entre la televisión y los eventos deportivos: Movistar . *La influencia entre la televisión y los eventos deportivos: Movistar* , 10.
- Castells, M. (. (6 de Octubre de 2024). *La comunicación en la era digital [PDF]*. Obtenido de <https://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/3-Castells-Manuel-La-comunicaci%C3%B3n-en-la-era-digital.pdf>:
<https://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/3-Castells-Manuel-La-comunicaci%C3%B3n-en-la-era-digital.pdf>

- Castells, M. (2009). *Manuel Castells*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (6 de Octubre de 2024). *La comunicación en la era digital*. Obtenido de <https://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/3-Castells-Manuel-La-comunicaci%C3%B3n-en-la-era-digital.pdf>: <https://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/3-Castells-Manuel-La-comunicaci%C3%B3n-en-la-era-digital.pdf>
- CEUPE. (s.f. de s.f. de s.f.). *aComunicación digital: Qué es, Tipos y Características*. Obtenido de CEUPE – Centro Europeo de Postgrado: <https://www.ceupe.com/blog/comunicacion-digital.html>
- Chávez Pérez, A. F. (2019). *MAPEO DE MEDIOS DEPORTIVOS EN ECUADOR. DE LO TRADICIONAL A LO DIGITAL*. Quito: UDLA.
- Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (WCED). (1987). *Nuestro futuro común (Informe Brundtland)*. Naciones Unidas. Alianza Editorial. Obtenido de <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>
- Crisoles Montenegro, J. M., & Gómez Laurencio, P. A. (2021). *GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL DE LA FEDERACIÓN DEPORTIVA UNIVERSITARIA DEL PERÚ EN FACEBOOK PARA DIFUNDIR SUS ACTIVIDADES A LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA DURANTE LA PANDEMIA POR EL COVID – 19*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Cuadros Acevedo, C., Castañeda Gómez, J. C., Ferreira Higuera, S. V., & Luisa Fernanda, A. S. (2019). *Estrategias de comunicación y marketing digital en Santander: Posicionamiento e imagen corporativa Propuesta de investigación (Póster)*. Bucaramanga: Universidad Autónoma de Bucaramanga.
- Da Silva, F., & Núñez, G. (2021). *La era de las plataformas digitales y el desarrollo de los mercados de datos en un contexto de libre competencia*. Santiago: Publicación de las Naciones Unidas.

- Dávila Cobo, G., & Molina, C. (2019). La comunicación comunitaria: materia, forma y relación de los movimientos sociales. *Chasqui* 140, 9-14.
- Debanne, L. (2023). *Cuaderno 07: Comunicación comunitaria en la era digital*. Córdoba: UPC Editorial Universitaria de la Universidad Provincial de Córdoba.
- Enel. (junio de 2023). *Tres pilares para la sostenibilidad: medioambiental, social y económica*. Obtenido de Enel: <https://www.enel.com/es/nuestra-compania/historias/articulos/2023/06/tres-pilares-sostenibilidad>
- Enríquez-Santín, B., Quito-Ulloa, M., Santín Picoita, F. G., Henríquez Mendoza, E. F., & Granda Cruz, C. A. (2024). Instagram como herramienta de comunicación digital para la gestión municipal: Un estudio de caso del Gobierno Autónomo Descentralizado de Yantzaza, Ecuador. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*. Obtenido de https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2.10759
- Faez, R. (14 de Febrero de 2018). La visión de un periodista que compagina los medios tradicionales con los más innovadores. (J. L. Vicente Ferris , Entrevistador)
- Ferreira Cortes, D., & Kroth, M. E. (2014). Comunicação Comunitária na era digital: estratégias de mobilização e midiatização em ações sociais Da escola de bambu. *Cadernos de Comunicação* , 17(2), 295-313.
- Fuchs, C. (2010). *Internet and society: Social theory in the information age*. New York: Routledge.
- Galvão, P. (22 de agosto de 2019). *Rock Content*. Obtenido de Rock Content: <https://rockcontent.com/es/blog/fanpage-en-facebook/>
- Gandolfo, M. L. (2019). Digitalidad para la transformación de la industria textil. En B. Racioppe, & V. Cáneva, *(Re)pensar la comunicación digital. Antecedentes teóricos, experiencias e imaginarios* (págs. 61-72). La Plata: Universidad de La Plata.

- García Chaves, Y., & Pérez Carrillo, Y. (2023). Nuevas estrategias de participación y comunicación en organizaciones comunitarias en un contexto de pandemia. El caso de las comunidades del cantón de Naranjo, Costa Rica. *Temas de Nuestra América Revista de Estudios Latinoamericanos*. *Temas de nuestra américa Vol. 39, N.º 74*, 1-21.
- García De León, A. (2022). *El periodismo deportivo ante las nuevas tendencias de comunicación audiovisual: Twitch y YouTube*. La Laguna: Universidad de La Laguna.
- García Salirrosas, E. E., Geñua Lizunde, I. Z., & Pariona Huamaní, M. V. (2020). Co-creación de valor en pequeños agronegocios a través de redes sociales. *Gestión en el Tercer Milenio*, 5-13.
- García-Aguilera, F. J., Leiva-Olivencia, J. J., Espíndola-Fontoura, E., & Flaviany Aparecida Fontoura, J. (2020). Inclusión social de mujeres rurales a través de programas de alfabetización digital para el empleo. *Revista Complutense de Educación*, 15-25.
- García-González, V. M., González -Santos, M. M., Ortega-Arcos, W. E., & Guarnizo-Delgado, J. B. (2018). Investigación cualitativa en el área de las ciencias sociales. *RECIAMUC: Revista Científica Multidisciplinaria*, 53–60. Obtenido de <https://reciamuc.com/index.php/RECIAMUC/article/view/120/121>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Jambelí. (2020). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural Jambelí 2019–2023*. Gob_Jambelí: Constru Valrey Cía. Ltda. Obtenido de https://www.jambeli.gob.ec/images/cuentas2023/PDOT_y_Alineacion_Jambeli.pdf
- Guamán-Chávez, R. E., Mendoza-Loor, J. J., & Boné-Andrade, M. F. (2023). *Importancia de la alfabetización digital en zonas rurales del Ecuador*. Esmeraldas: Grupo AEA. doi:<https://doi.org/10.55813/egaea.cl.79>

- Guerrero Chimbolema, S. M. (2023). *PLAN DE BRANDING PARA EL POSICIONAMIENTO DEL CENTRO DEPORTIVO OLMEDO DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA*. Riobamba: ESPOCH.
- Gumucio Dagron, A. (2012). Comunicación para el cambio social. *Signo y Pensamiento*, 26-39.
- Gumucio Dragon, A. (2005). Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. *Punto Cero*, 10(10), 6-19. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=421839599002>
- Hammersley, M., & Atkinson, P. (1994). *Etnografía: Métodos de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Hernández Lavayen, A. (2020). Estrategias de diferenciación para la captación de clientes de autopartes del sector suroeste de la ciudad de Guayaquil. En O. Suárez Rodríguez, *Marketing digital y estrategias de negocios para el posicionamiento competitivo de las empresas* (págs. 63-76). Guayaquil: UTEG.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. D. (2014). *Metodología de la Investigación. Quinta edición*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Iglesias Vidal, E. G.-P.-G. (2020). Manifiesto en tiempos de pandemia: Por una educación crítica, intergeneracional, sostenible y comunitaria. *Revista Internacional de Educación para la Justicia Social, Universidad Autónoma de Madrid*. doi:<https://doi.org/10.15366/riejs2020.9.3.010>
- Jaramillo Sacapi, M. S. (2020). *ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES DE LIGA DEPORTIVA UNIVERSITARIA DE LOJA PARA EL POSICIONAMIENTO DE SU MARCA EN EL SEGUNDO SEMESTRE DE 2019*. Loja: UNL.

- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Juan José, F.-C., Hernández, R. M., & Rafael, G.-A. (2020). Acceso a internet y brecha digital en Perú. *Tecnologías de información*, 508.
- Lara-Castro, P., & De Souza, M. R. (2023). Access to Internet in the Amazon Region: Trends in Case Studies From Brazil, Bolivia, Colombia and Ecuador. *SSRN Electronic Journal*. doi:10.2139/ssrn.4550836
- López-Paredes, M. &.-A. (2024). Cartografía de consumo de medios en Ecuador: De las mediaciones e hipermediaciones a una sociedad ultramediada. *Palabra Clave* 27(1). doi:10.5294/pacla.2024.27.1.2
- Lupien, P., Posso Yépez, M., Basantes Andrade, A., & Chiriboga, G. (2019). Incidencia de las TIC en la comercialización de los productos de las Incidencia de las TIC en la comercialización de los productos de las. *Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies / Revue Canadienne Des Études Latino-Américaines et Caraïbes*, 45(1), 64–82.
doi:<https://doi.org/10.1080/08263663.2020.1690801>
- Manfredi Sánchez, J. L., Rojas Torrijos, J. L., & Herranz de la Casa, J. M. (2015). Periodismo emprendedor: el periodismo deportivo en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 70, 69-90.
- Manovich, L. (2018). Comunicación Digital en el nuevo milenio . *Dialnet*, 20.
- Marsé Serra, B. (2012). *Youtube. Las claves para aprovechar todas sus potencialidades*. Barcelona: PROFIT.
- Martinez, M. (2006). Metodología de la investigación cualitativa. Síntesis conceptual. *IIPSI*, 123 - 146. Obtenido de https://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/investigacion_psicologia/v09_n1/pdf/a09v9n1.pdf

- Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación* . México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Mejía Loza, A. D. (2023). *Implementación alternativa de las redes sociales Facebook y WhatsApp, como medio para fortalecer la comunicación y la participación de la población en el barrio Nero en Cuenca - Ecuador*. Cuenca: Repositorio UPS. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/25328/4/UPS-CT010647.pdf>
- Meta. (22 de agosto de 2019). *Rock Content*. Obtenido de Rock Content: <https://rockcontent.com/es/blog/fanpage-en-facebook/>
- Montoya Ortega, Y. R. (2022). Impacto de la campaña de comunicación intercultural para la prevención de la covid-19 en la costa Caribe de Nicaragua. *Mediaciones, Corporación Minuto de Dios University - UNIMINUTO*. doi:<https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.18.29.2022.240-272>
- Montoya Ortega, Y. R. (2023). El cambio social y su relación con la radio comunitaria y la comunicación intercultural: El caso de la Costa Caribe de Nicaragua. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación, Universidad Complutense de Madrid (UCM)*. doi:<https://doi.org/10.5209/ciyc.87850>
- Montoya Ortega, Y. R. (2023). El cambio social y su relación con la radio comunitaria y la comunicación intercultural: El caso de la Costa Caribe de Nicaragua. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación, Universidad Complutense de Madrid (UCM)*. doi:<https://doi.org/10.5209/ciyc.87850>
- Moscoso González, C. F., & Calle González, M. F. (2021). *Plan estratégico de comunicación digital para incrementar el interés y posicionamiento del canal digital Cronos tv de la ciudad de Azogues*. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana.

- Naciones Unidas. (2 de septiembre de 1948). *Declaración Universal de los Derechos Humanos*. Nueva York: Naciones Unidas. Obtenido de ONU: <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
- Naciones Unidas. (2015). *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Nueva York: Naciones Unidas. Obtenido de <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- Olmedo Neri, R. A. (2023). Alternativa territorial y decolonial: las radios comunitarias en Michoacán, México. *Contratexto n.º 40*, 93-115.
- OMPI. (1886). *Convenio de Berna para la protección de las obras literarias y artísticas*. Berna: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.
- Ordoñez Canchigre, A. M. (2022). *PROPAGANDA POLÍTICA DE LOS CANDIDATOS A LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, GUILLERMO LASSO Y ANDRÉS ARAUZ EN LAS PLATAFORMAS DIGITALES DE TWITTER Y TIK TOK*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador.
- Orozco Colcha, J. P. (2024). *ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA EL POSICIONAMIENTO DE CONTENIDO DEPORTIVO EN FACEBOOK Y YOUTUBE DE LA PRODUCTORA AUDIOVISUAL STREAM PRODUCCIONES, 2024*. Guaranda: UEB.
- Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you*. New York / London: WW Norton & Company.
- Pérez Escoda, A., & Sánchez López, I. (2019). De lo audiovisual a lo transmedia. Competencias para las nuevas narrativas de los prosumidores en el ecosistema digital. En L. M. Romero Rodríguez, & D. E. Rivera Rogel, *La comunicación en el escenario digital* (pág. 880). Loja: Pearson UTPL.

- Pérez Villar, P. (2021). *YouTube, una nueva alternativa al periodismo deportivo: Mundo Maldini, Rafael Escrig y Miguel Quintana* . Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Quito Torres, J. E. (2022). *Análisis del Manejo de Información en los Perfiles de Facebook de Barcelona S.C. y Liga de Quito desde el Modelo de Comunicación Digital Interactiva, durante la Primera y Segunda Etapa de la Liga Pro 2020*. Riobamba: UNACH.
- Ramírez Villa, L. C., Guerrero, M. A., & García-Ramos, G. Y. (2021). Difusión de la producción animal a través de la extensión rural con métodos masivos de comunicación con el podcast Espacio Rural. *Revista Sistemas de Producción Agroecológicos*, 12(2), 97-110., 97-110.
- Rappaport, J. (1981). In praise of paradox: A social policy of empowerment. En R. H. Adams, *Prevention in human services* (págs. 1–24). Nueva York: Haworth Press.
- Ricoy, M. C., Feliz, T., & Sevillano, M. L. (2010). COMPETENCIAS PARA LA UTILIZACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DIGITALES EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. *Educaión siglo XXI*, 199-219.
- Ries, A., & Trout, J. (2018). *Posicionamiento. la Batalla por su mente*. Veracruz: Mc Graw Hill.
- Rodrigo-Cano, D., Picó-Garcés, M. J., & Dimuro, G. (2019). Los Objetivos de Desarrollo Sostenible como marco para la acción y la intervención social y ambiental. *Retos*, 9(17), 25-36.
- Rodríguez Gallardo, A. (2006). *La brecha digital y sus determinantes*. México: UNAM , Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas.
- Romero Logacho, J. L. (2024). *CONTENIDO DIGITAL Y EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA UTC EN REDES SOCIALES*. Latacunga: UTC.

- Romero Ramos, N., Quintero, M. A., Hernández, M. F., & Lobach, Y. (2019). Empleo del Social Listening para el análisis del impacto del branding personal de las estrellas del deporte. *Journal of Physical Education and Human Movement*, 1(1), 31-45.
- Romero Rodríguez, L. M., & Rivera Rogel, D. E. (2019). La llegada de un nuevo escenario y el nacimiento de un paradigma comunicativo. En D. Rivera Rogel, & L. M. Romero Rodríguez, *La comunicación en el escenario digital. Actualidad, retos y perspectivas* (pág. 880). Loja: Pearson UTPL.
- Sánchez, A. E. (2021). Caso la Posta. *JOURNAL OF SCIENCE AND RESEARCH E-ISSN: 2528-8083 Vol. 6, N°. 3 –CICOTUR-2021, Julio–Septiembre 2021* 275 El modelo de Harold Lasswell aplicado en comunicación digital, 280.
- Sánchez-Castillo, V. &.-C. (2023). El cambio social y su relación con la radio comunitaria y la comunicación intercultural: El caso de la Costa Caribe de Nicaragua. *Perspectivas, Universidad Francisco de Paula Santander.*, 67-81. doi: <https://doi.org/10.22463/25909215.4662>
- Sánchez-Castillo, V. &.-C. (2024). Escuelas rurales como estrategia para la transferencia de conocimiento. *Perspectivas, Universidad Francisco de Paula Santander.* doi:<https://doi.org/10.22463/25909215.4662>
- Santiago Garrido, M. R. (2021). *Fundamentos de gestión de empresas*. Madrid: Universitaria Ramón Areces.
- Sevilla Abarca, C. A. (2020). *El marketing deportivo aplicado al posicionamiento de la marca*. Ambato: UTA.
- Sevillano Hernández, C. N. (2024). Medios comunitarios: Su alcance en la difusión de contenidos periodísticos en la provincia de Imbabura durante las movilizaciones de octubre 2019 en Ecuador. *Correspondencias & Análisis.* doi:10.24265/cian.2024.n20.05

- Sotelo González, J. (2012). Deporte y social media: el caso de la Primera División del fútbol español. *Historia y Comunicación Social*, (17), 217-230.
- Suntaxi Andrade, M. (2023). Inclusión de nuevas herramientas digitales en la comunicación comunitaria: comunas de Olón y Cadeate, provincia de Santa Elena, Ecuador. *ÑAWI. Vol. 7, Núm. 1*, 215-228.
- T., E. F. (2020). Diseño, ejecución y seguimiento. *ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN*, 13.
- Tamayo, M., & Tamayo. (2009). *El proceso de la investigación científica (4ª ed.)*. Ciudad de México: Limusa.
- Taylor, S. J., Bogdan, R., & DeVault, M. L. (2016). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.
- The Education Foundation, Edusocial.info, & Facebook. (2015). *Guía de Facebook para educadores: Una herramienta para enseñar y aprender*. London: Edusocial.info.
- Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Torres Velázquez, E., & Palumbo, M. (2023). Lo pedagógico en las ruralidades latinoamericanas entre la pandemia y la pospandemia. *Revista Brasileira de Educação do Campo*, 1-13. doi:<https://doi.org/10.20873/uft.rbec.e16646>
- Triviño Cetina, S. C., & Santos Martínez, J. D. (2018). *Plan de Comunicaciones para el posicionamiento de la Fundación Club Deportivo La Roma en Kennedy*. Bogotá: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Tufte, T. (2017). *Communication and social change: A citizen perspective*. Cambridge: Polity Press.
- Vialart Vidal, N., Rodríguez Díaz, A., & Véliz Martínez, P. L. (2013). Red Social Facebook. Oportunidades y riesgos. *INFODIR*, 17: 65-76.

- Watlington, L. (2014). Periodismo digital. En I. C. Journalists, *Guía de Periodismo en la Era Digital* (págs. 7-16). Washington, Estados Unidos: International Center for Journalists.
- Yin, R. K. (2014). *Estudio de caso: Diseño y métodos*. Los Ángeles: Sage Publications.
- Zapata Vilaña, N., Cunuhay Ayala, J. J., & Lisintuña Toaquiza, A. Y. (2022). Radio Tv Guangaje, un medio alternativo digital para el fortalecimiento de la identidad cultural. #PerDebate. doi:10.18272/pd.v6i1.2696
- Zimmerman, M. A. (1995). Psychological empowerment: Issues and illustrations. *American Journal of Community Psychology*, 23(5), 581–599. doi:https://doi.org/10.1007/BF02506983
- Zuñiga Oñate, J. M. (2024). Impacto de la Comunicación Digital en el Bienestar Psicológico: Una Relación Compleja. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*. Volumen 8. Número 2, 6302-6321. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2.11049

Anexos

Anexo 1

CUESTIONARIO:

Encuesta: Percepciones sobre el uso de Facebook para la comunicación comunitaria y sostenibilidad local

Objetivo:

Este cuestionario busca recopilar información sobre el acceso, uso y percepciones de los habitantes de la Comuna Las Huacas respecto al uso de Facebook como herramienta de comunicación comunitaria. La información recolectada permitirá diseñar estrategias digitales participativas orientadas a fortalecer la sostenibilidad local.

Instrucciones:

Marque con una () la opción que más se ajuste a su situación u opinión. Su participación es anónima y confidencial. No se requiere escribir su nombre.

Bloque 1: Acceso y uso general de Facebook

1. ¿Tiene usted acceso a internet?
 Sí
 No
2. ¿Utiliza Facebook?
 Sí, frecuentemente
 Sí, de vez en cuando
 No uso Facebook
3. ¿Desde qué dispositivo accede a Facebook?
 Teléfono celular
 Computadora
 No accedo

4. ¿Para qué usa principalmente Facebook?

- Informarse
- Vender/comprar
- Compartir fotos o noticias
- Chatear con familiares o amigos
- Seguir páginas o grupos

Bloque 2: Opiniones sobre una Fan Page comunitaria

5. ¿Sabe si la comuna Las Huacas tiene una página oficial en Facebook?

- Sí
- No
- No estoy seguro/a

6. ¿Le parece importante que la comuna tenga una Fan Page oficial?

- Sí
- No
- No sé

7. ¿Qué tipo de información le gustaría encontrar en una Fan Page de Las Huacas?
(puede marcar varias)

- Noticias y eventos de la comuna
- Anuncios de la dirigencia o autoridades
- Temas ambientales o sostenibilidad
- Cultura, historia o tradiciones
- Actividades juveniles o deportivas
- Servicios, negocios o emprendimientos

8. ¿Usaría usted esa página para informarse sobre su comunidad?

- Sí

- No
- Tal vez

Bloque 3: Participación comunitaria

9. ¿Estaría dispuesto(a) a colaborar compartiendo publicaciones de esa Fan Page?
- Sí
 - No
 - Tal vez
10. ¿Estaría interesado(a) en enviar contenido (fotos, eventos, ideas) para esa Fan Page?
- Sí
 - No
 - Tal vez
11. En una escala del 1 al 5, ¿cuán útil cree que sería tener una Fan Page oficial para fortalecer la sostenibilidad de la comuna Las Huacas?
- 1 (Nada útil)
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5 (Muy útil)

Gracias por su colaboración

Anexo 2

Guía de preguntas para expertos

Entrevista semiestructurada a economista experto en sostenibilidad comunitaria

Datos del informante clave:

- Nombre: _____
- Institución / organización: _____
- Cargo: _____
- Fecha: _____

Bloque 1: Contexto económico y sostenibilidad local

1. Desde su perspectiva, ¿cuáles son las principales variables económicas que definen la sostenibilidad de una comunidad rural o costera como Las Huacas?
2. ¿Cómo se interrelacionan los factores económicos y sociales en el desarrollo sostenible de una comunidad insular?
3. ¿Qué oportunidades económicas pueden impulsarse mediante estrategias digitales y de comunicación comunitaria?

Bloque 2: Rol de la comunicación digital en el desarrollo sostenible

4. ¿Considera que una Fan Page comunitaria puede tener impacto económico en la comuna? ¿Por qué?
5. ¿Qué variables deben monitorearse para evaluar si una estrategia digital (como el uso de Facebook) fortalece la sostenibilidad local?
6. ¿Qué limitaciones o riesgos ve en depender de plataformas digitales para procesos de empoderamiento comunitario?

Bloque 3: Evaluación de impacto y medición

7. Desde la economía del desarrollo, ¿qué indicadores recomendaría incluir para evaluar el impacto de una estrategia digital comunitaria?
8. ¿Qué factores considera clave para garantizar la continuidad (sostenibilidad) de un proyecto como este en el tiempo?

Cierre

9. ¿Qué recomendaciones daría para que la Fan Page de Las Huacas contribuya no solo a la comunicación, sino también a la generación de valor económico y social?
10. ¿Le parece pertinente que las variables digitales (uso, interacción, creación de contenido) se incluyan dentro de un enfoque de sostenibilidad comunitaria? ¿Por qué?

Anexo 3

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

Ficha de observación directa (uso de Facebook comunitario)

Nombre del instrumento	Ficha de observación directa en Facebook (comunidad Las Huacas)
Objetivo	Registrar el comportamiento comunicacional de los actores comunitarios en páginas y grupos de Facebook vinculados a la comuna Las Huacas.
Tipo de observación	No participante, digital
Unidad de análisis	Páginas, perfiles y grupos comunitarios relacionados con Las Huacas
Fecha de observación	1
Observador/a	Verónica Beatriz Pauta Izurieta

Criterios de observación

Categoría	Indicador observado	Descripción / Comentario
Tipo de contenido publicado	Noticias, avisos, eventos, temas ambientales, emprendimientos, etc.	
Participación comunitaria	Comentarios, reacciones, número de compartidos	
Actores visibles	¿Quién publica? (líderes, jóvenes, instituciones, ciudadanos)	
Frecuencia de publicaciones	Diario, semanal, eventual	
Lenguaje y estilo	Formal, coloquial, inclusivo, identidad local	

Enfoque en sostenibilidad	Publicaciones sobre medio ambiente, cultura, economía local	
Interacción digital	Respuestas a comentarios, menciones, etiquetados	
Visibilidad de problemáticas	Conflictos, denuncias, necesidades comunitarias	
Elementos visuales usados	Fotos, infografías, videos, transmisiones en vivo	
Uso de hashtags/localismos	Presencia de hashtags o frases locales	

Observaciones generales:

(espacio libre para registrar hallazgos relevantes no incluidos en los criterios anteriores)

Anexo 4

Tabla de estrategias de comunicación digital

Estrategia	Descripción	Objetivo vinculado	Plataformas	Indicadores de éxito
Creación de Fan Page oficial de la comuna	Diseñar y lanzar una página de Facebook representativa de Las Huacas con identidad gráfica y narrativa local.	Propuesta de Fan Page con enfoque sostenible.	Facebook	Fan Page activa; número de seguidores inicial; frecuencia de publicaciones.
Calendario editorial comunitario	Elaborar un cronograma participativo de publicaciones con líderes, jóvenes y actores locales.	Fortalecer participación y organización en torno a la comunicación digital.	Facebook	Número de contenidos generados por la comunidad; reuniones de planificación realizadas.
Campañas temáticas mensuales	Difundir contenidos sobre sostenibilidad, cultura y economía local bajo ejes temáticos.	Promover temas de sostenibilidad, identidad y cohesión.	Facebook	Alcance e interacción de publicaciones; uso de hashtags locales.
Capacitación en comunicación digital	Realizar talleres para jóvenes y actores locales sobre	Fortalecer capacidades locales para la	Facebook	Número de participantes capacitados; calidad y

Difusión de emprendimientos locales	fotografía, video, redes y narrativas. Visibilizar productos, servicios y rutas sostenibles gestionados por los pobladores.	producción de contenido digital. Impulsar la economía comunitaria sostenible.	Facebook	cantidad de contenidos producidos. Número de publicaciones promocionales; interacción con el contenido.
Alianzas con actores externos	Contactar ONGs, universidades o influencers afines para dar visibilidad al proceso.	Ampliar el alcance del mensaje y generar apoyos.	Facebook	Número de alianzas logradas; menciones o colaboraciones digitales.

Fuente: Elaboración propia con base en los objetivos de la investigación (2024).



Anexo 5

Resumen conceptual de las categorías fundamentales

Categoría	Teoría base	Autores clave	Conceptos	Aplicación en el estudio
Comunicación comunitaria participativa	Teoría de la comunicación participativa	Alfonso Gumucio Dagron (2005), Paulo Freire (1970)	Participación, apropiación social, horizontalidad, empoderamiento cultural	Facebook como herramienta para que la comunidad exprese sus propias problemáticas y soluciones de forma autónoma y colectiva.
Sostenibilidad local	Teoría del empoderamiento comunitario	Rappaport (1981), Zimmerman (1995)	Capacidades colectivas, control local, autonomía, participación activa	El uso de redes sociales fortalece las capacidades locales para tomar decisiones sostenibles y visibilizar temas relevantes.
Medios digitales como herramientas de cambio social	Teoría del cambio social en entornos digitales	Tufte (2017), Castells (2009), García Salirrosas et al. (2020)	Visibilidad digital, redes colaborativas, co-creación de valor	Facebook funciona como un canal para difundir prácticas sostenibles, compartir saberes y movilizar la acción comunitaria.
Convergencia mediática	Teoría de la Convergencia	Henry Jenkins (2006), Scolari (2013)	Cultura participativa, convergencia de plataformas, migración de audiencias	La comunidad usa Facebook junto a medios tradicionales para comunicar, interactuar y organizar acciones sostenibles.
Prosumidor digital	Teoría del prosumidor	Toffler (1980), Fuchs (2010), Aparici & García-Marín (2018)	Producción y consumo de contenido, trabajo digital, participación activa	Los comuneros no solo reciben información en Facebook, sino que crean contenidos que fortalecen la identidad y cohesión comunitaria.

NOTA: Elaborado por Verónica Pauta junio 2025

Anexo 6

Propuesta: Esquema del Plan Estratégico de Comunicación Digital en Facebook

Objetivo general

Diseñar e implementar una fan page oficial en Facebook para la comuna Las Huacas, como espacio de comunicación participativa y herramienta para fortalecer la sostenibilidad comunitaria.

Ejes estratégicos



Eje	Objetivo específico	Actividades clave
1. Diagnóstico y organización	Conformar la comisión de comunicación y definir roles	- Reunión con la directiva o Selección del responsable de la fan page o Diagnóstico rápido de conectividad
2. Formación y capacitación	Capacitar a miembros de la comuna en manejo de fan pages	- Talleres presenciales sobre: o creación de contenidos o edición de imágenes y videos o estrategias de publicación - Uso de herramientas móviles
3. Diseño y lanzamiento de la fan page	Crear e implementar una fan page institucional	- Definición de nombre, imagen, secciones y frecuencia de publicación - Elaboración del reglamento interno de uso - Lanzamiento oficial
4. Producción de contenidos comunitarios	Generar contenidos que reflejen identidad y sostenibilidad	- Calendario de publicaciones: o Emprendimientos o medio ambiente o actividades culturales - Promoción de productos como la concha empacada
5. Evaluación y mejora continua	Monitorear resultados y ajustar estrategias	- Revisión mensual de estadísticas de Facebook o Retroalimentación con la comunidad o Actualización de contenidos y estrategias

Indicadores de éxito

- Fan page activa y con publicaciones semanales.
- Participación de al menos 5 comisiones en la generación de contenidos.
- Al menos 20 jóvenes capacitados en el primer semestre.
- Aumento del alcance digital comunitario en un 50% en tres meses.

Anexo 7

Fotografías de trabajo campo

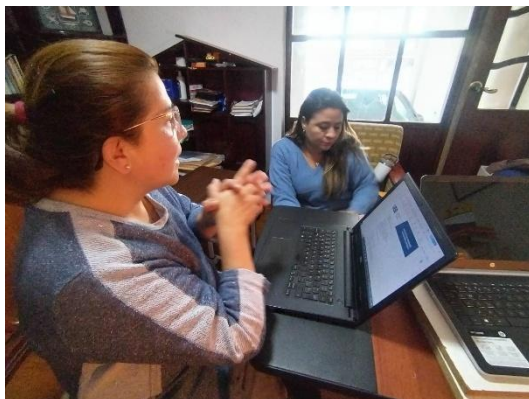
	<p>Atardecer en la Comuna Las Huacas</p>
	<p>Reunión con lideresas</p>
	<p>Actividades de solidaridad comunitaria</p>



Pescadores en el sector de Las Huacas



Reunión para aplicación de instrumentos de



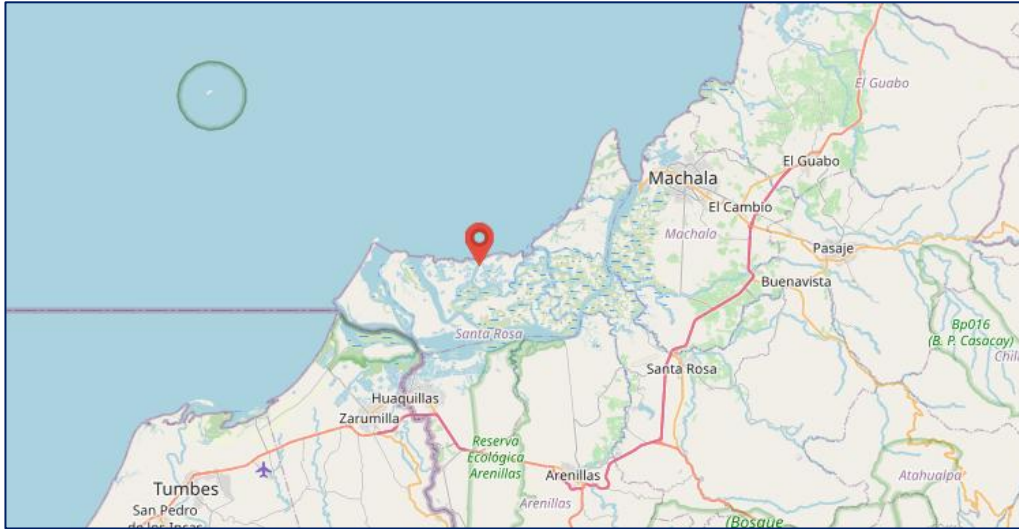
Asesoría de tesis Lic. Pilar Chávez Chacán, Mg.



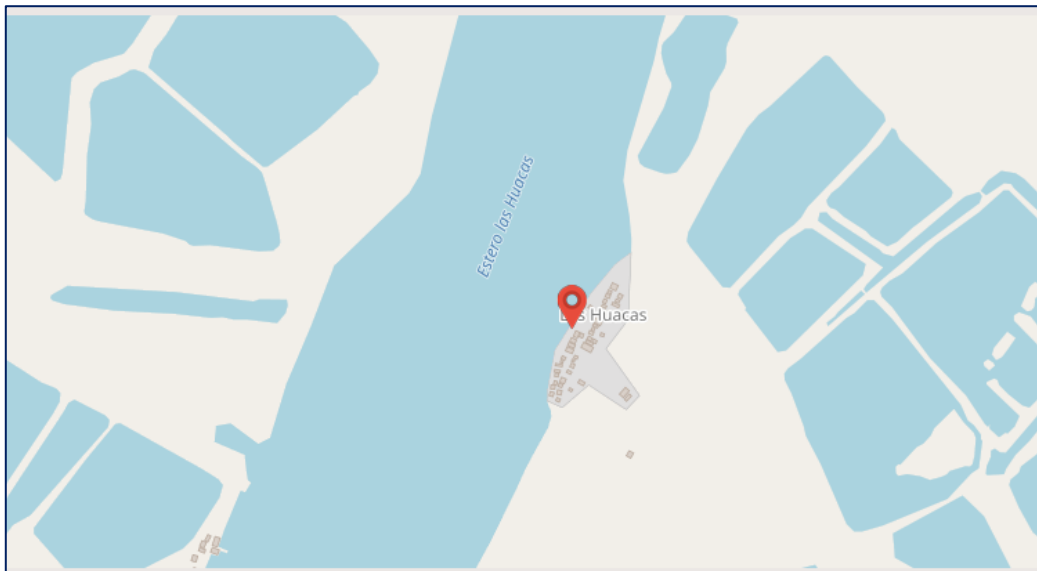
**Asesoría de tesis Lic. Pilar Chávez
Chacán, Mg.**

Anexo 8

Información georreferencial



Nota: tomado de (Maptons, 2025)



Nota: tomado de (Maptons, 2025)

Anexo 10

Tabla organizada: Proceso de construcción de la Fan Page *Las Huacas EcoRed*

Sección	Contenido / Instrucciones	Tips / Buenas prácticas
Introducción	Breve explicación de qué vamos a hacer: crear una Fan Page para conectar a la comunidad de Las Huacas, promover sostenibilidad social, cultural, económica y ambiental, y fortalecer la participación ciudadana.	Usar lenguaje sencillo, motivador y cercano.
Paso 1. Crear la página	1 Entra a tu cuenta personal de Facebook. 2 Haz clic en Páginas > Crear nueva página. 3 Completa formulario: - Nombre: Las Huacas EcoRed - Categoría: Organización comunitaria - Descripción: Plataforma digital para sostenibilidad y cultura.	Usa un nombre claro y representativo. Incluiría imagen de ejemplo con campos resaltados.
Paso 2. Subir logo y portada	1 Haz clic en “Agregar foto de perfil” → selecciona logo. 2 Haz clic en “Agregar foto de portada” → sube imagen panorámica de la comunidad.	Usa imágenes de buena calidad. Logo: formato cuadrado. Portada: 1200 x 630 píxeles. Mostraría captura simulada con flechas explicativas.
Paso 3. Configurar administradores	1 Ve a Configuración > Roles de página. 2 Asigna administradores (líderes, jóvenes capacitados).	No centralizar la administración. Formar equipo pequeño y comprometido.
Paso 4. Completar sección “Acerca de”	Llena historia, misión, contactos, horarios.	Sé breve pero inspirador. Resalta identidad local.
Paso 5. Crear primera publicación	Prepara bienvenida a la comunidad, presenta objetivos de la Fan Page.	Usa tono cálido e inclusivo. Acompaña con imagen o video corto.
Paso 6. Invitar a la comunidad	Invita a seguir la página a través de WhatsApp, reuniones comunitarias, carteles físicos en espacios clave.	Motiva a líderes y jóvenes a compartir la página en sus redes.
Paso 7. Planificar contenido inicial	Define calendario: - Lunes: historia local - Miércoles: actividad comunitaria - Viernes: emprendimiento - Domingo: frase motivadora.	Mantén frecuencia, mezcla contenido informativo y participativo.
Extras para cada paso	- Explicación amigable, tipo maestro que enseña. - Recuadros de tips y buenas prácticas. - Capturas simuladas para entender cada paso (no imágenes reales, solo guías visuales).	Usa un lenguaje cercano, invita a la comunidad a sentirse parte del proceso.

Nota: Elaboración propia