

Soraya Araujo Uchoa Cavalcanti  
(Organizadora)

# IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS CIENCIAS SOCIALES APLICADAS

4

Soraya Araujo Uchoa Cavalcanti  
(Organizadora)

# IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS CIENCIAS SOCIALES APLICADAS

4

**Editora chefe**

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Editora executiva**

Natalia Oliveira

**Assistente editorial**

Flávia Roberta Barão

**Bibliotecária**

Janaina Ramos

**Projeto gráfico**

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

**Imagens da capa**

iStock

**Edição de arte**

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

*Open access publication* by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

**Conselho Editorial****Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros  
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco  
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre  
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros  
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso  
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás  
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins



## Impactos de las tecnologías en las ciencias sociales aplicadas 4

**Diagramação:** Camila Alves de Cremo  
**Correção:** Yaidy Paola Martinez  
**Indexação:** Amanda Kelly da Costa Veiga  
**Revisão:** Os autores  
**Organizadora:** Soraya Araujo Uchoa Cavalcanti

### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

l34	Impactos de las tecnologías en las ciencias sociales aplicadas 4 / Organizador Soraya Araujo Uchoa Cavalcanti. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2022.  Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acceso: World Wide Web Inclui bibliografía ISBN 978-65-258-0632-7 DOI: <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.327222010">https://doi.org/10.22533/at.ed.327222010</a>  1. Ciencias sociales. I. Cavalcanti, Soraya Araujo Uchoa (Organizador). II. Título.  CDD 301
Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166	

**Atena Editora**  
Ponta Grossa – Paraná – Brasil  
Telefone: +55 (42) 3323-5493  
[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
contato@atenaeditora.com.br



## DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



## DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



## APRESENTAÇÃO

A coletânea *Impactos de las tecnologías en las ciencias sociales aplicadas 4* é composta por 15 (quinze) capítulos produtos de pesquisa, revisão integrativa, relato de experiências, relato de caso, dentre outros.

O primeiro capítulo apresenta os resultados da pesquisa acerca da eficácia do desempenho na prática docente. O segundo capítulo, por sua vez, apresenta os resultados da pesquisa que tem por objetivo estabelecer as estratégias pedagógicas em educação ambiental.

O terceiro capítulo caracteriza as estratégias de avaliação andragógica no processo de aprendizagem para a formação de competências em estudantes universitários. O quarto capítulo, apresenta a análise dos setores econômicos sobre a estrutura do produto turístico.

O quinto capítulo reúne informações sobre como as pessoas julgam suas fontes de informação e o papel do marketing nesse processo. O sexto capítulo, por sua vez, apresenta a proposta de projeto social de design e cultura envolvendo artesãos e designers peruanos na era digital.

O sétimo capítulo apresenta os resultados da análise da política habitacional em Portugal no período entre 1992 e 2008. O oitavo capítulo, apresenta os resultados da pesquisa acerca da estratégia de comunicação digital e o fortalecimento de participação cidadã neste contexto.

O nono capítulo discute o desmantelamento do mito da integração como possível causa de um colapso nacional e suas repercussões nesse contexto. O décimo capítulo, por sua vez, discute a introdução de novas metodologias de ensino, avanços tecnológicos em Licenciaturas e Mestrados da Universidade de Barcelona.

O décimo primeiro capítulo, discute os resultados da pesquisa sobre a adoção de tecnologia móvel no comércio internacional. O décimo segundo capítulo discute a proposta de um modelo que avalie as organizações tendo como referência o clima organizacional.

O décimo terceiro capítulo, apresenta os resultados da pesquisa acerca da influência da nomofobia na ansiedade dos estudantes no ambiente universitário. O décimo quarto que analisa as oportunidades de negócios para empresas estrangeiras nas áreas de investimento de cidades, fabricas e portos inteligentes.

E finalmente o décimo quinto capítulo, faz o acompanhamento de especialistas para assessorar os diferentes setores e suas estratégias ambientais de adaptação às mudanças climáticas atuais.

Soraya Araujo Uchoa Cavalcanti



## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
DESEMPEÑO ACADEMICO DEL PROGRAMA DE CULTURA EN LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE ZACATECAS	
Fabiola Lydie Rochin Berumen	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.3272220101">https://doi.org/10.22533/at.ed.3272220101</a>	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>9</b>
ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS PARA LA EDUCACIÓN AMBIENTAL COMO EJE TRANSVERSAL EN RELACIÓN AL MANEJO INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS	
Robinson Alberto Gallego Gil	
Alba Nury Jiménez Gómez	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.3272220102">https://doi.org/10.22533/at.ed.3272220102</a>	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>23</b>
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN ANDRAGÓGICA PARA LA FORMACIÓN POR COMPETENCIAS EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DEL CONTEXTO COLOMBIANO	
Ana Isabel Arrieta Villegas	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.3272220103">https://doi.org/10.22533/at.ed.3272220103</a>	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>34</b>
ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA NACIONAL DESDE LA PERSPECTIVA DE LA EQUIVALENCIA ESTRUCTURAL. CASO DE ESTUDIO: DETERMINACIÓN DE LOS SECTORES EQUIVALENTES ESTRUCTURALMENTE A PARTIR DE LA MATRIZ INSUMO-PRODUCTO TURÍSTICA DE MÉXICO (MIPTM_2003)	
Santiago Marquina Benítez	
Octaviano Juárez Romero	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.3272220104">https://doi.org/10.22533/at.ed.3272220104</a>	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>50</b>
CONSPIRACY THEORIES AND MARKETING: ARE THERE COMMON GROUNDS THAT CAN HELP STARTUPS?	
Fernando Gaspar	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.3272220105">https://doi.org/10.22533/at.ed.3272220105</a>	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>60</b>
LA ARTESANÍA Y EL DISEÑO EN UNA ERA DIGITAL	
Marieta Olga Osnayo Oliveros	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.3272220106">https://doi.org/10.22533/at.ed.3272220106</a>	
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>73</b>
HOUSING IN PORTUGAL (1992-2008) A MULTIDIMENSIONAL PERSPECTIVE ON THE BEHAVIOUR OF ECONOMIC AGENTS	
António Duarte Santos	

Guilherme Castela  
Iris Lopes  
Nelson Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3272220107>

**CAPÍTULO 8..... 87**

PROPUESTA DE ESTRATEGIA COMUNICACIONAL DIGITAL PARA LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y LAS PRÁCTICAS CULTURALES DEL CANTÓN CHAMBO


Víctor Hugo Cuadrado Samaniego

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3272220108>

**CAPÍTULO 9..... 102**

INDIGENAS CENTROAMERICANOS, HISPANOS/ LATINOS EN NORTEAMERICA: UNA PECULIAR EXPERIENCIA (TRANS) NACIONAL/ LOCAL

Carlos Parra


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3272220109>

**CAPÍTULO 10..... 114**

LA NECESARIA INTEGRACIÓN DE METODOLOGÍAS DOCENTES INNOVADORAS CON MÉTODOS TRADICIONALES EN GRUPOS DOCENTES GRANDES

Jordi López-Tamayo

Ana María Pérez-Marín

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.32722201010>

**CAPÍTULO 11..... 132**

TOWARD A CONCEPTUAL FRAMEWORK OF TECHNOLOGY ADOPTION: FACTORS IMPACTING THE ACCEPTANCE OF THE MOBILE TECHNOLOGY IN THE INTERNATIONAL BUSINESS GROWTH

Rafael Padilla-Vega

Cynthia Sénquiz-Díaz

Angel Ojeda-Castro

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.32722201011>

**CAPÍTULO 12..... 143**

PROPUESTA DE INSTRUMENTO PARA MEDIR EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LAS PYMES DE LA REGION CHONTALPA DEL ESTADO DE TABASCO

José Ramón Peralta Jiménez

Flor de la Cruz González

Luis Alberto Abreu Toribio

Floreli Valenzuela Cordova

José Francisco Carrillo Cordova


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.32722201012>

**CAPÍTULO 13..... 153**

REPERCUSIÓN DE LA NOMOFobia Y SU INFLUENCIA EN LA ANSIEDAD DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ,

## JULIACA


Yaneth Carol Larico Apaza  
Carlos Enrique Bernardo Zárate  
Claudia Noemi Rivera Rojas  
José Eduardo Zorrilla Díaz  
Russel Allidren Lozada Vilca  
Madelaine Huánuco Calsín  
Oscar Mauricio Flores López  
Rosa Isabel Larico Apaza  
José Oscar Huanca Frías

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.32722201013>

## **CAPÍTULO 14..... 161**

**SMART CITIES, SMART FACTORIES Y SMART PORTS EN LAS PROVINCIAS CHINAS DE GUANGDONG Y HAINAN: OPORTUNIDADES PARA LAS EMPRESAS EXTRANJERAS**


Beatriz Irún  
Paloma Moya  
Diego Monferrer  
Miguel Angel Moliner  
Enrique Bayonne

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.32722201014>

## **CAPÍTULO 15..... 191**

**LOS SERVICIOS CLIMÁTICOS CONSTRUYENDO RESILIENCIA A LA VARIABILIDAD DEL CLIMA EN MATANZAS**

Niliám Fernández Rosado  
Milagros de la Concepción Alfonso Cabrera  
Antonio Vladimir Guevara Velazco  
Isabel Eloisa Gonzáles Cepero

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.32722201015>

## **SOBRE A ORGANIZADORA..... 204**

## **ÍNDICE REMISSIVO..... 205**

# CAPÍTULO 8

## PROPUESTA DE ESTRATEGIA COMUNICACIONAL DIGITAL PARA LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y LAS PRÁCTICAS CULTURALES DEL CANTÓN CHAMBO

*Data de aceite: 03/10/2022*

**Víctor Hugo Cuadrado Samaniego**

Colegio Particular en Ciencias “John F. Kennedy”

**RESUMEN:** Es indispensable desarrollar un producto audiovisual y orientado a la población urbana del Cantón Chambo, capaz de potenciar la participación ciudadana a partir de la intervención local e imbricada la dimensión cultural y sus diferentes prácticas. Esta propuesta responde al diseño de estrategia de comunicación adecuada al contexto digital y la tendencia de consumo de productos y servicios mediáticos. Diseñar una estrategia de comunicación digital apoyada en productos audiovisuales para el desarrollo y fortalecimiento de la participación ciudadana en las prácticas culturales del Cantón Chambo, constituye el objetivo principal de esta investigación. La metodología acoge un enfoque cualitativo y cuantitativo de la gestión comunicacional desde políticas públicas culturales, entendida como la construcción de espacios para la interacción social, y en calidad de técnicas como la observación participante, encuesta y entrevista promueven el diseño estratégico de comunicación digital y planificación participativa asociada en el área cultural. El resultado de la propuesta estratégica comunicacional, responde a los métodos científicos citados de fuentes estructuradas y no estructuradas de información, métodos descriptivos, exploratorios, estudio de

campo, deductivos e inductivos, demostrando así la capacidad de generalizar el modelo estratégico comunicacional de la participación ciudadana y prácticas culturales, así como la viabilidad para recrear el procedimiento de la estrategia en cuestión. Por lo tanto, sobre la base del objetivo propuesto en esta investigación, se concluye que el diseño de una estrategia de comunicación digital, apoyada en productos audiovisuales permite implementar el desarrollo y fortalecimiento de la participación ciudadana en las prácticas culturales del Cantón Chambo.

**PALABRAS CLAVE:** Estrategia, comunicación, producto audiovisual, participación ciudadana, práctica cultural.

### PROPOSAL FOR A DIGITAL COMMUNICATION STRATEGY AIMED TO THE CITIZEN PARTICIPATION AND CULTURAL PRACTICE THE CANTON CHAMBO

**ABSTRACT:** It is essential to develop an audiovisual product aimed at the urban population of the Canton Chambo, capable of enhancing citizen participation from local intervention and interwoven with the cultural dimension and its different practices. This proposal responds to the design of a communication strategy appropriate to the digital context and the consumption trend of media products and services. Designing a digital communication strategy supported by audiovisual products for the development and strengthening of citizen participation in the cultural practices of the Canton Chambo, constitutes the main objective of this research. The methodology welcomes a qualitative and quantitative approach

to communicational management from cultural public policies, understood as the construction of spaces for social interaction, and as techniques such as participant observation, survey and interview promote the strategic design of digital communication and planning participatory partner in the cultural area. The result of the strategic communicational proposal responds to the cited scientific methods of structured and unstructured sources of information, descriptive, exploratory, field study, deductive and inductive methods, thus demonstrating the ability to generalize the strategic communicational model of citizen participation. and cultural practices, as well as the way to recreate the procedure of the strategy in question. Therefore, based on the objective proposed in this research, it is concluded that the design of a digital communication strategy, supported by audiovisual products, allows to implement the development and strengthening of citizen participation in the cultural practices of the Canton Chambo.

**KEYWORDS:** Strategy, communication, audiovisual product, citizen participation, cultural practice.

## 1 | INTRODUCCIÓN

El rol de la comunicación en el desarrollo de los pueblos, se visibiliza en calidad de herramienta necesaria que surge a partir de una estrategia eficaz que contribuye a lograr objetivos y sostenibilidad de resultados en proyectos. Desde este enfoque, y al referir la comunicación mediática asumida como arista de la comunicación en su sentido amplio, el investigador (Cuadrado, 2007, p.17) expresa que “la promoción de la cultura, de los valores propios, la realización de una síntesis fecunda entre tradición y modernidad, revela otra de las funciones que han sido asignadas para América Latina hacia los medios de comunicación” (p.17).

Más, desde la dimensión sociocultural, la comunicación obliga a generar sus propias estrategias, Tales desafíos son planteados la comunicación social y su abordaje estratégico que como bien argumenta (TRANSMEDIA, 2020, pág. 1), señala:

Debemos intentar comprender los mecanismos socioculturales que entran a dialogar con los avances tecno-científicos y desde ahí poder generar estrategias de comunicación adecuadas a los objetivos que nos guían y siempre respetando las lógicas propias de cada medio y de nuestros receptores, públicos o audiencias. (p.1)

Es decir, la elaboración de estrategias comunicacionales implica un estudio preliminar de las necesidades a rellenar, los objetivos a alcanzar, pues como acertadamente afirma (Pavón, 2019, pág. 2), “si no sabemos cómo queremos alcanzar nuestros objetivos, difícilmente podremos medir el éxito de nuestra estrategia”. (p.2). Es preciso reconocer el papel de las herramientas digitales que permiten el flujo constante entre organizaciones y actores la oportuna retroalimentación, sean entre públicos de naturaleza externa o interna.

Entonces, la estrategia comunicacional, está inmersa en el llamado ecosistema digital social, al pretender maximizar sus objetivos y que, en esta investigación, es potenciar la participación ciudadana apelando a las prácticas culturales. Como bien asevera (González,

2020, pág. 2), al referirse:

Y es que el 2020 ha sido un violento punto de inflexión a nivel de comunicación, derivado en buena parte de las medidas de confinamiento dictadas por la pandemia de COVID-19. En un contexto así, no son solo las empresas las que han debido internarse con mayor profundidad en las aguas digitales, los clientes potenciales también lo han hecho. La tendencia de una comunicación cada vez más digital se aceleró. En este sentido, uno de los principales retos radica en la transformación digital. Esto implica un sólido entretrejo de cuatro componentes: tecnología, procesos, estrategia y personas. (p.1).

Asociado a la comunicación y educación en el mundo digital, la transformación digital implica lógicas participativas entre ciudadanos devenidos usuarios en red, participando en igualdad de condiciones, sean desde sus teléfonos móviles o desde PC. Esta afirmación es compartida con los criterios de (García & Pérez, 2020, pág. 7), al expresar:

La cuestión que emerge ante un panorama de inexorable penetración tecnológica y conectividad es si se están realizando las acciones y prácticas adecuadas para que esa participación resulte crítica y democrática. [...] comunicación y educación se entrelazan para ofrecer aportes significativos en cuatro áreas: la comunicación tratada en el ámbito educativo: el periodismo en el aula y las competencias transmedia; las redes sociales como espacios para la comunicación y la educación: uso de Twitter e Instagram en contexto educativo, bots, desinformación, bulos y competencias digitales; las nuevas generaciones conectadas, y actores emergentes en la comunicación y la educación (p.7)

Referido a estudios sobre la juventud y la cultura digital en la literatura académica, estos caracterizan perfiles de comunidades jóvenes, conectadas y urbanas, que participan en los entornos digitales como lugares de interacción, construcción de la identidad, aprendizaje, ocio, participación política. En el caso específico de Latinoamérica, y asumiendo los preceptos de Ricaurte (2018), manifiesta:

En América Latina es imprescindible entender el sentido de las prácticas digitales juveniles de forma situada y diacrónica, además de promover estudios que expliquen cómo la dimensión socio técnica se encuentra anclada a marcos dominantes que perfilan su apropiación y la producción de subjetividades. (p.1).

Referido al tratamiento de las hipermediaciones en el entorno digital, se precisa por parte del comunicólogo la estrategia a diseñar, al enfatizar entre las diferencias entre el estudio de la comunicación digital y la comunicación analógica. Este autor de la presente investigación, se adhiere a los presupuestos esgrimidos por (Ulloa & Gómez, 2019, pág. 2) donde afirman que:

En este sentido, la teoría de las hipermediaciones abre una nueva área por estudiar que en esta investigación se tuvo como objetivo: construir la teoría de las hipermediaciones y determinar que existen dos tipos de hipermediaciones, que son las sociales y de consumo. (p.2).

## 1.1 Relativo al estado del arte en el campo de estudio investigado

En la presente investigación, se asumen los criterios y presupuestos de (Manfredi, Ufarte, & Herranz, 2019), referido a la innovación periodística y la sociedad digital; (Martín Barbero, 1984), en cuanto a las contradicciones comunicacionales y sus procesos en América Latina; de (Ordóñez, 2018), asociado a la narrativa y narración en el relato audiovisual en cuando a forma y contenido; (Cruz, Ojalvo, & Velasteguí, 2019) y el papel de la comunicación en el desarrollo local en especial las estrategias y modelos factibles para la participación y articulación de actores sociales; (Flores, Segura, & Vanderkast, 2007), relativo a la aproximación a la Sociedad de la Información y del Conocimiento; (Escobar & Bahamonde, 2020) y (Alba, 2002), referido al cambio cultural y transformación audiovisual asumido desde la visión de la migración de lo tecnológico a lo digital; énfasis en los postulados de (Ricaurte, 2018, pág. 3) y asociado la juventud y cultura digital, en especial cuando expresa que:

En América Latina es imprescindible entender el sentido de las prácticas digitales juveniles de forma situada y diacrónica, además de promover estudios que expliquen cómo la dimensión socio técnica se encuentra anclada a marcos dominantes que perfilan su apropiación y la producción de subjetividades. [...] casos menos visibles de prácticas digitales que exploran la desobediencia epistémica y la resistencia a través de la ocupación tecnológica. (p.3)

Resulta necesario en esta investigación, la presencia de los autores (Hernández, Paz, & Caballero, 2017, pág. 5), en cuanto a los desafíos de la praxis comunitaria en las políticas públicas de los medios de comunicación latinoamericanos, donde afirman que:

Los medios de comunicación de la región latinoamericana evidencian políticas públicas tergiversadas por las prácticas institucionalizadas. La problemática de la participación comunitaria en la producción televisiva subyace en la tríada políticas-programas-productos comunicativos. (p.5).

Es imprescindible acotar que, la comunicación desde sus inicios en la humanidad y en calidad de recurso de construcción social, ha sido rol clave al decodificar información generada a través del conocimiento. Desde los constructos simbólicos y el reconocimiento de las prácticas culturales son adoptados los postulados de (Badía et al, 2017, p.8) al expresar:

Periodismo y educomunicación en contextos digitales es un recorrido e incursión profundos - desde la experiencia investigativa de los autores- por un tema que continuará generando expectativas en la misma medida en que los avances cuenticos y tecnológicos contribuyan a la interacción social y al progreso del conocimiento. (p.8).

## 1.2 Problematicación

La irrupción de los contextos digitales en zonas de bajo-medio desarrollo en la

adopción de las Tics, aparejado al confinamiento de la pandemia, contrae un reto para el desarrollo y fortalecimiento cultural, así como la responsabilidad del estado en prevalecer los derechos ciudadanos y la práctica de una política pública cultural a nivel de los municipios. Se evidencia del incremento del uso de herramientas de contexto digital por las nuevas generaciones, como medio de comunicación y socialización para su desarrollo. Esta realidad, implica la adopción de estrategias comunicacionales, hoy inexistentes en el campo de estudio, Cantón Chambo, Provincia de Chimborazo.

Así, se precisa determinar el tipo de estrategia comunicacional que permita la participación e involucramiento de la población local, implícita en todas sus generaciones, para el desarrollo y fortalecimiento de sus prácticas culturales; de la ausencia de análisis desde la población local determinar cuáles medios de comunicación con tendencia a contexto digital, están mediando para el desarrollo de la participación ciudadana en las prácticas culturales; la ausencia de la evidencia del grado de planificación y los diferentes tipos de actividades que realiza el GAD Municipal del Cantón Chambo para el desarrollo e involucramiento de la participación ciudadana en el fortalecimiento de sus prácticas culturales.

Entonces, al revelar el problema científico, se declara siguiente pregunta: ¿Es posible diseñar estrategia de comunicación digital apoyada en productos audiovisuales a implementar para el desarrollo y fortalecimiento de la participación ciudadana en las prácticas culturales del Cantón Chambo?

De tal manera, es preciso descifrar diferentes tipos de estrategias que permitan determinar la incidencia de la política pública cultural, y a la vez reconocer los diferentes espacios y escenarios donde la ciudadanía se desenvuelve dentro de un contexto social, desarrollado en las diferentes agendas culturales que se emiten a través del GAD Municipal del Cantón Chambo.

De las preguntas específicas que soportan esta investigación, se cita el cómo se construye el proceso de participación ciudadana para el fortalecimiento de las prácticas culturales en el Cantón Chambo; de la existencia medios de comunicación tradicionales y de contexto digital que permitan el desarrollo y difusión de las prácticas culturales; de la existencia de entidades adscritas al GAD Municipal del Cantón Chambo que permitan el desarrollo y fortalecimiento de la participación ciudadana y de la evidencia en cuanto al plan o agenda de desarrollo Cultural en el GAD Municipal del Cantón Chambo, que permita manejar y solventar los recursos para la consecución de las prácticas culturales.

Se adicionan a estas preguntas específicas, de la factibilidad de diseñar estrategia comunicacional que responda las variables de las prácticas culturales y la participación ciudadana; de la viabilidad para recrear procedimiento de la estrategia en cuestión; de la capacidad de generalizar el modelo estratégico comunicacional, atendiendo a las particularidades y contextos locales a través de canales académicos y públicos.

Se parte de la hipótesis que, al diseñar estrategia de comunicación digital apoyada



en productos audiovisuales a implementar para el desarrollo y fortalecimiento de la participación ciudadana en las prácticas culturales del Cantón Chambo, se logra la estrategia comunicacional, el empoderamiento como sujeto y objeto de los cambios sociales exigidos, todo ello desde el contexto digital.

## 2 | MÉTODOS

Esta investigación, declara su carácter científico, pues se define como la serie de pasos que conducen a la búsqueda de conocimientos mediante la aplicación de métodos y técnicas de corte científico.

### 2.1 Tipos de estudios adoptados

Se adoptan y declaran estudios de tipo exploratorio, pues el campo de la estrategia comunicacional en el contexto local es poco estudiado y no ha sido abordado con la profundidad requerida con anterioridad. Se evidencian insuficientes fuentes referenciales en el Ecuador sobre este campo investigativo, enfatizando la ausencia de estudios y modelos comunicacionales estratégicos locales con la praxis cultural y orientado a la participación ciudadana. Así, esta investigación aporta contenido pertinente el problema declarado, y aún poco estudiado en el contexto local, a partir de la propuesta del modelo estratégico comunicacional gestado.

La investigación descriptiva permite identificar conceptos y variables que permiten establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones en cuanto a la adecuación de instrumentos para la determinación de estrategias comunicacionales, caracterizadas por su intención y variables contenidas. La gestión informacional ejecutada, revela que existen nichos no investigados acerca de la disponibilidad de estudios de esta naturaleza, donde adoptar las mejores prácticas y adecuar en diversos contextos locales y territoriales.

Así, se especifica el modelo de la estrategia comunicacional, revelado en fases y acciones específicas según algoritmo; para ello permite estructurar las fases y pasos de ejecución, además de la mejora para posteriores investigaciones análogas, y de tal manera, es posible evaluar dimensiones y componentes del problema científico. Referido al estudio explicativo, se logra desbordar la mera descripción de conceptos y fenómenos asociados a la estrategia comunicacional, estableciendo relaciones entre estos a partir del instrumento comunicacional implícito en la estrategia. De tal manera, pueden responderse o explicarse enfoques y visiones desde disímiles campos de estudio, como es el comunicacional, social, político, local, intercultural.

Además, desde la investigación estudio de caso o de campo, es declarado y ejecutado a tenor de criterios de (Roldán, 2000), en calidad de análisis sistemático de problemas con el propósito de detallarlos, explicar sus causas y efectos, entender su naturaleza y los factores contribuyentes y predecir su ocurrencia en el propio medio donde se suscitan

los eventos investigados. Así, este estudio parte del análisis de variables donde contexto digital, estrategia de comunicación, prácticas socioculturales, participación ciudadana, se enlazan sistémicamente a la hora de crear el producto audiovisual como expresión de la estrategia comunicacional.

## **2.2 Métodos científicos declarados en la investigación**

En lo que respecta al enfoque metodológico se utilizará dos tipos de estudio; en primer lugar para poder aproximarnos a determinar el tipo prácticas culturales en el Cantón Chambo (Provincia de Chimborazo) desde los métodos científicos, surge la necesidad de utilizar una Metodología Empírica basada en la observación directa, participante y de campo con visitas a lugares estratégicos en donde se desarrollan este tipo de prácticas, es decir nuestro estudio se orientará a un Enfoque Cualitativo ya que el mismo estará orientado a la búsqueda de cualidades, percepciones, rasgos subjetivos, profundidad en ideas y determinación de valores a través del grado de incidencia en la participación de actores ciudadanos relacionados a las prácticas culturales en dicho Cantón.

Por esta razón para nuestra investigación y elaboración de productos comunicacionales se utilizará un Enfoque Cualitativo, el mismo que estará determinado a la posibilidad de obtener conclusiones generales a partir de hechos particulares desde la aplicación de un Método Inductivo.

En segundo lugar y dado que nuestro estudio estará fundamentado a la elaboración de productos comunicacionales y su emisión se realizará a través de contextos digitales (plataformas y canales de información), también será necesario utilizar un razonamiento que posibilita establecer predicciones partiendo de lo general para explicar lo particular, es decir partir de un Método Deductivo para llegar a un Enfoque Cuantitativo.

Con este tipo de enfoque se podrá obtener una medición de las características y las relaciones entre componentes o variables de acuerdo al conocimiento y utilización de las prácticas culturales por parte de la población del Cantón Chambo en la actualidad, además de realizar una recopilación desde la información histórica, datos geográficos, estadísticos y culturales correspondientes al mismo. Para abordar las estrategias de comunicación la investigación estará fundamentada con la búsqueda de información desde datos estadísticos y secuenciales de acuerdo a los contextos digitales, es decir se medirá a través de encuestas a la población urbana.

Asociado a los métodos científicos declarados, se mencionan el método de análisis y síntesis bibliográfico de las fuentes estructuradas y no estructuradas, logrando conocer y contextualizar las mejores prácticas y estado del arte del campo de estudio y en específico del problema científico; método de consulta a expertos, al apelar a especialistas que evacuen las dudas y permitan reorientar el experimento, que provean del criterio de validez de la propuesta del conocimiento; método de las contradicciones dialécticas, lo que permite descubrir la génesis del problema científico y los elementos conflictuales que en ellos se

revelan, desmembrando los efectos y razones.

### *Objetivos*

Diseñar una estrategia de comunicación digital apoyada en productos audiovisuales a implementar para el desarrollo y fortalecimiento de la participación ciudadana en las prácticas culturales del Cantón Chambo, constituye el objetivo principal de esta investigación.

Los objetivos específicos están centrados en determinar cómo se construye el proceso de participación ciudadana para el fortalecimiento de las prácticas culturales en el Cantón Chambo; de evidenciar y potenciar medios de comunicación tradicionales y de contexto digital que permitan el desarrollo y difusión de las prácticas culturales; del apoyo y desarrollo de entidades adscritas al GAD Municipal del Cantón Chambo para el fortalecimiento de la participación ciudadana y de la evidencia en cuanto al plan o agenda de desarrollo Cultural en el GAD Municipal del Cantón Chambo, de tal manera manejar y solventar los recursos para la consecución de las prácticas culturales.

### *Población y Muestra*

El Cantón Chambo no posee ninguna parroquia, sin embargo, en su interior encontramos un territorio con características que encierran a lo rural y urbano. En su conjunto, Chambo posee una población total de 11885.

En el área rural la población es de 7426 habitantes, de los cuales 3515 son hombres y 3911 son mujeres. En el área urbana la población es de 4459 habitantes, de los cuales 2145 son hombres y 2314 son mujeres, de los cuales para nuestro estudio se tomará como referencia el último segmento poblacional de 4459 habitantes.

Para el respectivo análisis estadístico se toma una muestra representativa calculada de la siguiente fórmula. Ver función integral (1).

$$n = \frac{N}{(N-1)E^2 + 1} \quad (1)$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población

E = Margen de error admisible. Se trabajará con 2% = 0.05

De la población mencionada y aplicando la fórmula se realizó el muestreo obteniéndose los siguientes cálculos:

N= Tamaño de la muestra

N= 4459 población urbana

E= 0.05

$$n = \frac{4459}{(4459-1) 0.0025 + 1}$$

$$n = \frac{4459}{(4458) 1.0025}$$

$$n = \frac{4459}{4469.14}$$

n= 0.99

### *Técnicas e instrumentos*

Entre las técnicas a ser implantadas están:

Observación participante. - En la elaboración y emisión de productos audiovisuales se analizarán los instrumentos como: guía de observación participante, gestión de participación ciudadana y desarrollo de las prácticas culturales en el sector, tomando como referencia la Agenda Cultural del GAD Municipal Chambo 2020 - 2021.

Entrevista. - La investigación cualitativa analiza una realidad socio - cultural con la ayuda del marco teórico, trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones. Para el enfoque cualitativo utilizaremos la “Entrevista” directa con los involucrados e indirecta a través de un cuestionario por medio de plataformas digitales como “Zoom” hacia todos los involucrados en este proceso tanto Gubernamentales, Gestores Culturales y la Comunidad local.

Encuesta. - Se utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente establecidas. Para este estudio utilizaremos la Encuesta de manera directa hacia la población urbana del Cantón Chambo a través de recopilación de datos, para el enfoque cuantitativo y de manera indirecta a través del número de likes y seguidores del medio digital “Plus Tv.com”.

Se utilizará los siguientes instrumentos de acuerdo a la investigación de campo, método y técnica a utilizar, estos instrumentos de investigación están estructurados de la siguiente manera:

- a) Para la observación participante desde guías de observación.
- b) Cuestionario de encuesta a la población urbana del Cantón Chambo.
- c) Cuestionario de entrevista a los principales actores gubernamentales, gestores culturales y la comunidad local.

### 3 | RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Crear producto comunicacional en esta investigación, significa responder a los objetivos planteados; incluir las variables de corte social y comunicacional, así como las dimensiones que comprenden la estrategia; ejecutar un diagnóstico desde el enfoque de gestión. La figura 1, permite visualizar el enfoque de este modelo.

Este modelo implica declarar las variables o dimensiones adoptadas en la estrategia comunicacional. Las variables han de explicitarse en el algoritmo descriptivo que soporta el modelo en cuestión. Entones, la meta es gestar estrategia comunicacional en el contexto virtual, orientada a las prácticas culturales, promoviendo la participación ciudadana.

En cuando a la Fase 1, resulta el fundamento de la planeación estratégica. En esta fase se aplica FODA estratégico y así reconocer las oportunidades fortalezas existentes en el entorno local, así como las amenazas y fortalezas que conspiran contra el éxito del proyecto estratégico comunicacional. Sólo entonces, es posible gestar el conjunto de estrategias y acciones, capaces de aunar voluntades, minimizar riesgos y garantizar un producto audio visual con los requerimientos exigidos.

Es imposible determinar objetivos y acciones, afirma el autor de esta investigación, sin el previo estudio del entorno, enunciar políticas y objetivos estratégicos. Significa que, se minimiza el empirismo en la construcción de la estrategia comunicacional a través de un modelo de gestión comunicacional estructurado, coherentes, sistémico y participativo.

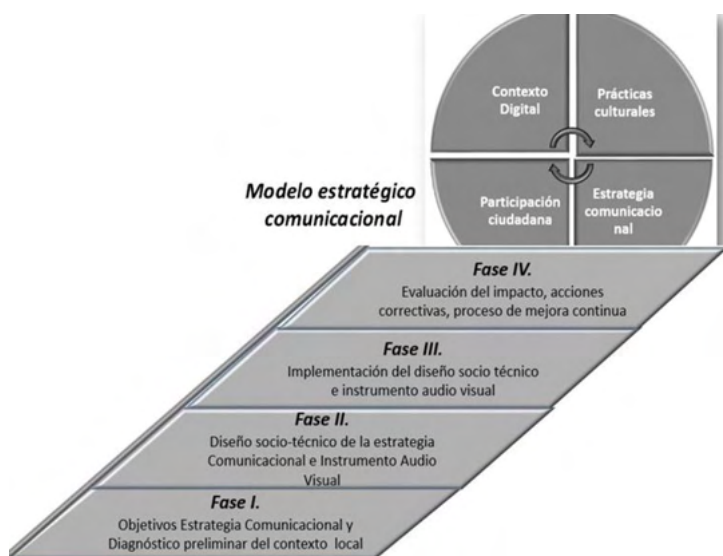


Figura 1. Modelo de la estrategia comunicacional

La Fase II del diseño, desde la visión socio-técnica, comprende las variables, recursos, componentes social y cultural, interrelaciones sociales y otros factores

orientados a las prácticas culturales. Este término acuñado de socio-técnico, por cuanto la estrategia comunicacional se elabora desde las necesidades y presupuestos sociales comunicacionales, y lo técnico reside en los instrumentos, canales y medios para implementar esta esta estrategia. Énfasis en el diseño del producto audio-visual, a la medida de los requerimientos y posibilidades locales.

Referido a la Fase III, la implementación, es preciso monitorear el grado de ejecución de cada acción implícita en el diseño, puesto que la realidad implica la reorientación de ideas, innovación en cuanto a soluciones técnicas y operativas. Ha de ajustarse el instrumento de manera tal, que satisfaga expectativas, tanto del público virtual conectado, como a los presupuestos del diseño.

No es viable diseñar, implementar y declarar exitosa la estrategia comunicacional, a través del producto audiovisual, de no evaluarse el impacto, corregir no conformidades y aplicar acciones correctivas. Así, en la Fase IV, se incorpora al modelo el principio de la mejora continua establecida en los modelos de gestión y aseguramiento de la calidad.

Del modelo descrito, se precisa estructurar cada dimensión y acciones, al velar por la organicidad y la coherencia desde el diagnóstico hasta la evaluación final. Entonces, se impone crear algoritmo que ilustre “el cómo” llevar a cabo el modelo estratégico comunicacional. La figura 2, refleja este algoritmo, cuyo flujo estructurado en cuatro etapas o dimensiones, guían al investigador en la construcción del modelo estratégico comunicacional.

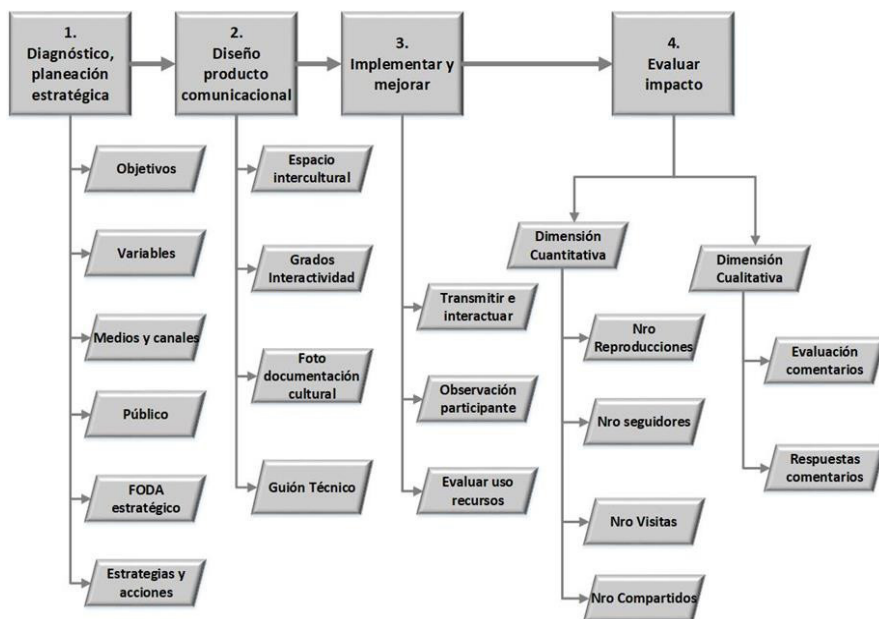


Figura 2. Algoritmo del modelo estratégico comunicacional

El término “estratégico”, comienza desde la planeación, donde los propósitos y objetivos a alcanzar han de estar perfectamente enunciados. Sobre este fundamento, se adoptan las variables de corte social, cultural, comunicacional, históricas, y otras que componen la estrategia comunicacional. Del hardware existente en la localidad, de inventaría y cualifica en cuanto a canales y medios. Otro aspecto es la definición de los públicos metas y abordajes comunicacionales.

Se impone entonces, y con el enfoque participativo de los actores involucrados en este proyecto, crear la FODA que tribute a una matriz estratégica. De esta matriz estratégica, son gestadas, consensuadas y aprobadas las acciones que minimicen el riesgo del diseño posterior, y aproveche las oportunidades del entorno. El diseño del producto comunicacional comprende el campo técnico, donde análisis del espacio intercultural, la adopción de los grados de interactividad con el público, aplicar a la observación participante en calidad de identificación y fusión con las prácticas culturales, permiten la participación ciudadana efectiva.

Entonces, elaboración de guiones técnicos y el soporte documental y fotográfico, enriquecen el conocimiento, revalorización y rescate de las prácticas culturales, incitando a la audiencia a participar en calidad de objeto/sujeto en la preservación, enraizamiento y mantenimiento de estas prácticas. No obstante, a la hora de implementar el producto audiovisual, donde se transmite e interactúa con los públicos en el contexto virtual, ha de evaluarse el uso de los recursos, localizar donde y cuando mejorar, evidenciar no conformidades respecto al diseño, o al criterio del público, y adoptar acciones de mejora.

La evaluación del proyecto estratégico comunicacional, implica el análisis de lo cualitativo y cuantitativo. Este monitoreo perenne, exige del reconocimiento y aceptación de la realidad expresada por los públicos que interactúan. Es la evaluación, un ejercicio de retroalimentación que perfecciona, reorienta y redirecciona el diseño del producto comunicacional.

## **4 | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **Conclusiones**

Sobre la base de los objetivos propuestos en esta investigación, se concluye que ha sido diseñada la estrategia de comunicación digital, apoyada en productos audiovisuales a implementar para el desarrollo y fortalecimiento de la participación ciudadana en las prácticas culturales del Cantón Chambo, constituye el objetivo principal de esta investigación.

Se ha determinado cómo se construye el proceso de participación ciudadana para el fortalecimiento de las prácticas culturales en el Cantón Chambo además de evidenciar y potenciar medios de comunicación tradicionales y de contexto digital que permitan el desarrollo y difusión de las prácticas culturales.

Se ha logrado determinar del apoyo y desarrollo de entidades adscritas al GAD Municipal del Cantón Chambo para el fortalecimiento de la participación ciudadana y de la evidencia en cuanto al plan o agenda de desarrollo Cultural en el GAD Municipal del Cantón Chambo, de tal manera manejar y solventar los recursos para la consecución de las prácticas culturales.

Durante el proceso de aplicabilidad del instrumento, se demuestra la factibilidad de diseñar una estrategia comunicacional que pueda ser emitida a través de un medio de comunicación digital que responda las necesidades de la población local. Se demuestra de la capacidad de generalizar el modelo estratégico comunicacional, atendiendo a las particularidades y contextos locales a través de canales académicos y públicos.

## **Recomendaciones**

Para futuras investigaciones de acuerdo a los métodos de estudio empleados, se debería incorporar dos tipos de métodos correlacional y propositivo. El primero tiene como utilidad y propósito saber cómo se puede comprobar un concepto o variable conociendo el comportamiento de otras variables relacionadas. El segundo permite dar propuestas de orientación viable y factible para el grupo en estudio con dos componentes, desde un diagnóstico situacional y una solución viable.

Por otra parte, se recomienda que desde el GAD Municipal del Cantón Chambo ente regulador de políticas públicas culturales se generen propuestas de planeación estratégica que permitan a la población local, establecer a través de espacios y circuitos abiertos el desarrollo de expresiones artísticas - culturales (música, danza, poesía y gastronomía) en los barrios urbanos del Cantón Chambo.

Además, que las autoridades hagan hincapié a través de un diagnóstico situacional de acuerdo a la gestión administrativa, para que este tipo de propuestas se visualicen desde un medio de comunicación digital local que permita difundir las diferentes expresiones artísticas – culturales (música, danza, poesía y gastronomía) en la población urbana del Cantón Chambo.

## **AGRADECIMIENTOS**

En calidad de autor y luego de evidenciar los resultados de la presente, agradecemos a las siguientes personas e instituciones que significativamente aportaron al desarrollo de esta investigación:

A la memoria de mi difunto padre Ángel Hugo Cuadrado Parra, ciudadano chambeño, gestor cultural y principal impulsador de esta investigación, conjuntamente con mi madre María de Lourdes Samaniego Rivera y mi esposa Valeria Paulina Moreno Santillán por ser apoyos constantes para el desarrollo y consecución de este artículo científico.

La Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, a través de la Dra. Irene Trelles



Rodríguez PhD. Directora de la Maestría en Periodismo y Gestión de Comunicación por todos sus conocimientos brindados para la elaboración de este artículo científico.

El GAD Municipal del Cantón Chambo, a través de su alcalde Ing. Marcos Guaraca Taday, su equipo de concejales encabezados por la Ing. Ing. María José Oviedo, Dr. Silvio Sigcho, Ing. Jorge Abarca, Sr. Wilson Huera y Sra. María Mercedes López - Concejales del Cantón Chambo 2019 – 2023, por toda la apertura para la recolección de datos e información.

Para finalizar al medio de comunicación digital PlusTv.com, a través de su gerente propietario Tnlgo. Xavier Cruz Toscano por permitir ser el espacio de difusión para la presentación del producto comunicacional a través de la plataforma Facebook live.

## REFERENCIAS

- Alba, G. (2002, septiembre 15). Cambio cultural y transformación audiovisual. De la mediación tecnológica a la migración digital. *Revista Signo y Pensamiento*. Vol. 21. Nro. 41. Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de: <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/5203>
- Arias F. G. (2006). *El proyecto de la Investigación. Introducción a la metodología científica*. Caracas. Editorial Episteme. Recuperado de: <https://universoabierto.org/2017/05/22/el-proyecto-de-investigacion-introduccion-a-la-metodologia-cientifica/>
- Badía V., A., Gómez M.; M.; Molina C., I.; Gárciga R., M.; Villota O., W.; Lambert S.; Zambrano C., M. (2017). Periodismo y educación en contextos digitales. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Guayas, Ecuador. ISBN 978-9942-769-23-7 Recuperado de: <https://editorial.ucsg.edu.ec/editorial/ciencias-sociales-y-humanidades/96-periodismo-y-educacion-en-contextos-digitales.html>
- Cruz Santa P., D.; Ojalvo M., V.; Velasteguí L., E. (2019). Papel de la comunicación en el desarrollo local. Estrategias y modelos factibles para la participación y la articulación de actores sociales. *Revista Electrónica Ciencia Digital*, 3(2), 336-352. doi:<https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v9i2.401>. Recuperado de: <http://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/view/401>
- Cuadrado S., V.H. (2007). Ensayo de Investigación para obtención de título de Licenciatura en Comunicación Social. La Comunicación como Estrategia de desarrollo en las prácticas culturales del Cantón Chambo.
- Escobar, A.; Bahamonde, L. (2020). Innovación en emprendimientos periodísticos y de comunicación frente a las nuevas tendencias digitales. *URU, Revista de Comunicación y Cultura* (3), 83-100. doi:<https://doi.org/10.32719/26312514.2020.3.6>. Recuperado de: <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru/article/view/1491>
- Flores P., A. L.; Segura G., G.; Venderkast, E. (2007). Una aproximación a la sociedad de la Información y del Conocimiento. SEMANTIC SCHOLAR. Corpus ID: 161445013. Recuperado de: <https://www.semanticscholar.org/paper/Una-aproximaci%C3%B3n-a-la-Sociedad-de-la-Informaci%C3%B3n-y-Pacheco-Segura/e0b9e87887ba3e7209e23747d8994605c8fa85e3>

García R. R.; Pérez E., A. (2020). Comunicación y Educación en un mundo digital y conectado. Presentación. Icono 14, 18(2), 1-15. doi: <https://doi.org/10.7195/ri14.v18i2.1580>. Recuperado de: <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/1580>

González, I. (actualizado julio, 2020). Qué es la comunicación digital y por qué es importante en las empresas. Audiencias Digitales. Recuperado de: <https://lilifebelt.com/que-es-comunicacion-digital- y-por-que-es-importante-en-las-empresas/2016/09/>

Hernández A. E.; Paz E, L.; Caballero R., M. (2017). Desafíos de la praxis comunitaria en las políticas públicas de los medios de comunicación latinoamericanos. Comunicación Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales, (15), 17-25. Recuperado de: [http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n15/Articulos/A2\\_Hernandez-Paz-Caballero-Desafios-de-la-praxis-comunitaria-en-las-politicas-publicas-de-los-medios-de-comunicacion-latinoamericanos.pdf](http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n15/Articulos/A2_Hernandez-Paz-Caballero-Desafios-de-la-praxis-comunitaria-en-las-politicas-publicas-de-los-medios-de-comunicacion-latinoamericanos.pdf)

Manfredi S., J. L.; Uferte R., M. J.; Herranz, J. M. (2019). Innovación periodística y sociedad digital: Una adaptación de los estudios de periodismo. Revista Latina. DOI.: 10.4185/RLCS-2019-1402. Recuperado de: <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1402/85es.html>

Martín B., J. (1984). De la Comunicación a la Cultura: perder el "objeto" para ganar el proceso. Revista Signo y Pensamiento, Vol.31, Nro. 60. Recuperado de: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0120-48232012000100006&lng=en&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0120-48232012000100006&lng=en&nrm=iso&tlng=es)

Ordóñez, G. (2018). Narrativa y narración en el relato audiovisual: Apuntes para la distinción de forma y contenido. UASB. Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/6404>

Pavón, M (Octubre, 2019). Una estrategia de comunicación digital enfocada en resultados. Blog. Recuperado de: <https://blog.ida.cl/estrategia-digital/estrategia-comunicacion-digital-enfocada-en-resultados/>

Ricaurte Q., P. (2018). Jóvenes y cultura digital: abordajes críticos desde América Latina. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, 13-28. doi: <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i137.3664>. Recuperado en: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/3664>

Roldan García, J. L. (2000). Cómo elaborar un proyecto de investigación. Universidad de Valladolid. España. Recuperado de: [https://alojamientos.uva.es/guia\\_docente/uploads/2013/429/52504/1/Documento.pdf](https://alojamientos.uva.es/guia_docente/uploads/2013/429/52504/1/Documento.pdf)

TRANSMEDIA (abril, 2020). Una introducción a las estrategias de comunicación digital. Tecnicatura Superior Comunicación Social. Buenos Aires. Argentina. Recuperado de: <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/transmedia1/2020/04/23/una-introduccion-a-las-estrategias-de-comunicacion-digital/>

Ulloa L. L. Gómez M., M. (2019). Hipermediaciones que rigen en la comunicación de jóvenes universitarios de Ecuador en Facebook. Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de la Información, 152-164. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/336070481>

## ÍNDICE REMISSIVO

### C

Capital humano 144

Chinese market 162, 189

Clima organizacional 16, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 151

Comunicación 6, 26, 64, 68, 87, 88, 89, 90, 91, 93, 94, 98, 99, 100, 101, 103, 104, 106, 109, 117, 118, 145, 147, 150, 151, 154, 155, 159, 166, 173, 202

Comunidades indígenas transnacionales 102, 104, 106, 107, 108

Conflictos socio-ambientales 11

Conspiracy theories 50, 51, 52, 53, 56, 57, 58, 59

Contexto académico 24, 115

Cultura 1, 2, 4, 5, 6, 15, 16, 19, 20, 60, 61, 62, 63, 64, 66, 67, 68, 69, 88, 89, 90, 100, 101, 106, 143, 144, 147, 151, 152, 163, 188

### D

Desarrollo de los pueblos 88

Desempeño docente 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

### E

Economía 32, 34, 35, 39, 46, 48, 49, 103, 105, 114, 117, 118, 125, 130, 163, 165, 174, 175, 177, 186, 189, 191, 192, 196, 200, 201

Economía norteamericana 103

Educadores 24

Environmental context 133

Estrategias de evaluación 23, 24, 25, 29, 30, 31, 32

Estructura económica 34, 35, 36, 37

Estructura productiva 34, 35

Estudiantes 1, 4, 5, 6, 8, 9, 11, 12, 18, 20, 23, 25, 26, 27, 28, 30, 31, 32, 61, 65, 66, 114, 115, 116, 117, 118, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 127, 128, 129, 130, 153, 156, 157, 158, 159, 160

European Union 73

### F

Flujo de la historia 61

### H

Human activity 51

## I

Identidad 60, 61, 62, 63, 65, 66, 67, 68, 69, 89, 102, 105, 106, 109

Identidad cultural 60, 61, 62, 63, 66, 68, 69

Internet 57, 65, 134, 135, 137, 139, 140, 141, 154, 159, 164, 165, 170, 172, 176, 180, 181

## M

Minoría étnica 106

## N

Naturaleza humana 10

Nomofobia 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160

## O

Organizational context 133, 138

## P

Pensamiento conservador 61

Práctica de enseñanza 1

Procesos de aprendizaje 24, 31

Programa curricular 1

Public institutions 161

## R

Recursos naturales 9, 10, 14, 15, 20, 193

Relaciones humanas 5, 6, 144

Relaciones intersectoriales 34, 35, 49

## S

Situación ambiental 10

Sostenibilidad 11, 12, 19, 88, 190, 196

State 73, 74, 76, 77, 81, 82, 83, 84, 85, 133, 143, 175

## T

Technological context 133

Tecnologías digitales 154

Totalitarian regimes 51


## V

Vida cotidiana 62

 [www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
 [contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)  
 [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)  
 [www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)

# IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS CIENCIAS SOCIALES APLICADAS

4

 [www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
 [contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)  
 [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)  
 [www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)

# IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS CIENCIAS SOCIALES APLICADAS

# 4