



**INFORMACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA: ESTRATEGIAS
COMUNICACIONALES DE FACEBOOK EMPLEADAS POR
DIRIGENTES BARRIALES DE MANTA.**

Autor

Néstor Daniel Palma Mera

**DIRECCIÓN DE POSGRADO, COOPERACIÓN Y RELACIONES
INTERNACIONAL UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ.**

**ARTÍCULO PROFESIONAL DE ALTO IMPACTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DE
MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN MENCIÓN EN COMUNICACIÓN DIGITAL
PRIMERA COHORTE**

Tutora

PhD. Rocío Saltos Carvajal.

Manta, octubre

2021

1. Título:

Información en tiempos de pandemia: estrategias comunicacionales de Facebook empleadas por dirigentes barriales de Manta.

2. Resumen

El presente trabajo de investigación analiza las principales herramientas que los dirigentes barriales han empleado con la red social Facebook para difundir los principales hechos noticiosos vinculados con la pandemia. Esta plataforma resulta atractiva para las organizaciones por el hecho de que miles de personas tienen acceso a ella y porque permite a las organizaciones la posibilidad de relacionarse de forma más dinámica con los destinatarios de su mensaje. En este sentido, este estudio indaga, mediante un abordaje metodológico cualitativo y descriptivo, la forma en que por medio de Facebook los dirigentes barriales mantienen informada a la ciudadanía de Manta sobre los principales acontecimientos relacionado con el manejo de la pandemia. Para ello se ha realizado una encuesta en la que se pudieron establecer las estrategias comunicacionales, los principales contenidos noticiosos que la dirigencia barrial difunde en esta red social y de qué forma ha cambiado la perspectiva de la socialización de la información en el contexto de la Covid-19. El coronavirus, como es bien sabido, ha replanteado muchos aspectos; el comunicacional es el primero. Por ello, el presente trabajo de investigación plantea las potencialidades, impacto y beneficios de una red social como Facebook para la difusión eficiente de contenidos sobre la pandemia.

Palabras claves: pandemia; información; contenidos; red social; Facebook.

Information in times of pandemic: Facebook communication strategies employed by Manta neighborhood leaders

Abstract

This research paper analyzes the main tools that neighborhood leaders have used with the social network Facebook to disseminate the main news events related to the pandemic. This platform is attractive to organizations because thousands of people have access to it and because it allows organizations to interact more dynamically with the recipients of their message. In this sense, this study investigates, through a qualitative and descriptive methodological approach, the way in which through Facebook neighborhood leaders keep the citizens of Manta informed about the main events related to the management of the pandemic. To this end, a survey was conducted in which communication strategies could be established, the main news content that the neighborhood leadership broadcasts on this social network and how the perspective of the socialization of information in the context of Covid-19 has changed. Coronavirus, as is well known, has rethought many aspects; communication is the first. Therefore, this research paper raises the potentialities, impact and benefits of a social network like Facebook for the efficient dissemination of content about the pandemic.

Keywords: pandemic; information; content; social network; Facebook.

3. Introducción

Informar en medio de la pandemia exige un correcto uso de las redes sociales para evitar una crisis. La crisis sanitaria provocada por el virus conocido como Covid-19 ha representado un reto sin precedentes para el sistema de salud, la economía y también para los sistemas informativos. En la era de la conectividad, la información juega papel esencial a la hora de ayudar a combatir la pandemia. En este sentido, las redes sociales pueden ayudar a socializar noticias de carácter sanitario o social, pero también se pueden convertir en uno de los mayores transmisores de desinformación o fake news.

Entre los antecedentes investigativos del presente estudio se pueden encontrar el de De La Rosa (2018), en el que se destaca la importancia de la dirigencia de diversos sectores para poder conocer las necesidades que los barrios tienen y generar actividades que permitan desarrollar una actitud de empoderamiento con las familias y sus requerimientos. Además, señala que los procesos comunicacionales se han reinventado con el paso de los años, pues ya se han dejado de lado prácticas como el perifoneo para dar paso a la difusión de eventos, por ejemplo, en redes sociales como Facebook.

En este mismo sentido, un estudio de Pacheco (2019) evidencia que el uso de redes sociales, principalmente Facebook, se han constituido en poderosas herramientas para la difusión y organización comunitaria, pues en este tipo de redes los dirigentes barriales publican videos en los que reportan la existencia de una determinada problemática ante las autoridades y presentan a la vecindad la gestión que están realizando. Por esta razón, los líderes de un sector promueven la creación de espacios de encuentro comunitario y destacan la importancia de la capacitación y desarrollo de habilidades individuales y colectivas.

Al respecto, una investigación de Ganchala (2017) explica que de todas las redes sociales disponibles en la actualidad "Facebook es la red social por excelencia, pues se constituye en la herramienta de comunicación más utilizada en el mundo y un referente cuando se habla del éxito y del futuro de la red" (p. 29).

Tanto los estudios previos que se han desarrollado sobre la temática planteada como las investigaciones contemporáneas de diversos teóricos de la comunicación destacan el hecho de que la difusión de diversas actividades a través de las redes sociales como Facebook, que se ha convertido en una estrategia fundamental para el ejercicio de la dirigencia barrial que se preocupa por llegar a un mayor número de personas. Evidencia que invita a muchos a implementar procedimientos innovadores que mejoren los canales de comunicación existentes de acuerdo con los principios y fines de la dirigencia barrial en concordancia con los intereses colectivos.

4. Marco conceptual o desarrollo

La información en tiempos de pandemia ha sido un tema objeto de debate constante en los últimos meses. No solo porque el ámbito discursivo se centra en los aspectos éticos y legales, sino porque se trata de un tema sensible de cuyo buen manejo depende la vida de millones de seres humanos. En el contexto de este trabajo de investigación se analiza a continuación la fundamentación teórica sobre el acceso a la información y, las estrategias comunicacionales que las dirigencias barriales utilizan en la red social Facebook. Para Araujo y Morales (2020), el acceso a la información en la actualidad debe ser un tema muy sensible, porque siempre que haya una amenaza para la salud pública, se tiene que considerar la forma en que esa amenaza se comunica al público. Las autoridades tendrán que preocuparse cuándo y cómo se debe difundir dicha información, así como qué precauciones deben tomar. En estos casos, el objetivo general no es asustar al público al

decirles sobre el potencial de infección, sino informarles sobre cómo se puede evitar la infección, así como aconsejarles qué pasos deben tomarse en caso de infección. De allí que la información en redes sociales debe ser la más precisa posible.

Al respecto, Berceruelo (2016) señala que la comunicación en redes sociales va suplantando paulatinamente el modelo comunicativo basado en pocos centros emisores dirigidos hacia múltiples receptores. En el campo de la comunicación global, el nuevo escenario ha obligado a los actores del proceso a ser más rápidos, más integrales, más creativos. Hoy no basta con socializar información de calidad, hacen falta estrategias para amplificar su alcance y fomentar entrecruzamientos entre los diferentes actores del tejido social. En otras palabras, la información pierde relevancia si no se comunica, y comunicarla implica interactuar con las mediaciones económicas, políticas y culturales que maximizan o desfavorecen el impacto de los mensajes.

En el contexto de las redes sociales, Garcés y Del Pino (2016) consideran que la aplicación del sistema comunicacional en la localidad, junto a los medios oficiales de comunicación, el accionar de las estas nuevas plataformas y el sistema de comunicación de las entidades laborales contribuirían a la estrategia horizontal de integración para enfrentar los desastres, epidemias y pandemias en el territorio. De allí que el desarrollo de la conciencia social en los ciudadanos y el crecimiento de sus niveles de percepción de riesgos frente a los diversos desastres será posible con la sistemática contribución de la comunicación.

Según la perspectiva de Vidal (2017), se pasa en la práctica de la comunicación como un proceso de construcción social de sentidos. Las redes sociales son las personas que las integran, las comunidades que se crean, los intercambios que la animan, que la constituyen y no los dispositivos interconectados, ni tampoco simplemente el contenido

informativa de los vehículos. La red es ante todo humana; en el caso de esta investigación son los dirigentes barriales de la ciudad de Manta.

Por esta razón, Reyes (2018) señala que el servicio comunitario es lo que convoca y moviliza a los dirigentes barriales, en un proceso continuo de construcción de comunidad. Por ello, redes como Facebook incorporan los principales requerimientos de los sectores para buscarles solución a corto o mediano plazo. Como estrategias comunicacionales destaca el hecho de sostener la interacción de forma permanente con los usuarios ya sea en el desarrollo de eventos o en problemas que aquejan a la comunidad.

Según Browne y Del Valle (2020), en época de pandemia la relación entre la dirigencia barriales y las comunidades o destinatarios debe manejarse con un enfoque de comunicación estratégica en salud, entendiendo que no es lo mismo informar un mensaje sanitario que comunicarlo. Para que exista comunicación debe existir una producción común de sentido, el receptor debe crear un significado del mensaje acorde con lo que quiso transmitir el emisor. Para que esto ocurra, es fundamental el contexto político, económico y cultural, además de una adecuada elección del vehículo comunicacional. La comunicación estratégica en salud tiene un enfoque interpersonal, organizacional y masivo a través de los medios de comunicación tradicionales y, sobre todo, de las redes sociales.

Para Carrión y Cepeda (2021), el uso de las redes sociales ha significado un proceso de aprendizaje en el que se han venido implementando y descartando contenidos y actividades para captar el interés de las comunidades. El accionar e interaccionar de sujetos en el ámbito urbano es posible gracias a la comunicación, que se constituye en un proceso transversal a todas las actividades humanas desarrolladas en cualquiera de sus espacios. Por

ello, el consumo de las nuevas tecnologías de la comunicación parece disolver los elementos espacio-temporales y crear nuevos entornos colaborativos.

En el ámbito de las nuevas plataformas digitales la tarea es compleja. Como bien explican Zegada y Guardia (2018), el uso de las redes sociales va configurando una nueva forma de colectividad que no necesariamente proviene de un vínculo físico directo, sino de la interacción de múltiples modos que, en interacción permanente, van generando no solo nuevas formas de actuar, construir mensajes colectivos y así afectar mutuamente las percepciones, sino también van creando nuevas formas de ser, de poder social, de sintonía cuyos resultados pueden ser inesperados.

Mientras que para Romero (2020), lo importante en lo relacionado con las estrategias comunicacionales en Facebook, y en cualquier otra red social, es verificar la información. Y sugiere lo siguiente:

- Dudar, preguntar, contrastar. Un responsable del manejo de las redes debe averiguar, informarse e investigar, si es posible leer dos a tres páginas confirmadas para contrastar datos.
- Verificar si en efecto, las fuentes que supuestamente lo dicen, lo dijeron, buscando esa información en la página web o sitio oficial de ese medio, mediante palabras claves que contiene la noticia.
- Revisión de la información antes de publicar una noticia. No es aconsejable simplemente ver una determinada información, copiar, pegar y compartir.
- Ver si alguien más lo difundió. Para el efecto, se recurren a fuentes confiables, es recomendable indagar en portales originales de grandes medios como

CNN, ABC, El País; si es a nivel local o nacional siempre preguntar a los principales canales, por lo general, los medios tradicionales siempre tienen nexos.

- Antes de compartir, pensar, un responsable de las redes no puede compartir información en su plataforma o en sus redes sociales porque se le viene una idea de algo que no está acorde a su perfil, el profesional debe saber qué, cuándo y cómo compartir información, no puede mezclar su trabajo con algo familiar, deben cuidarse mucho en ese tema para no perder su credibilidad.

De acuerdo con Ulloa (2020), en este tiempo de pandemia la comunicación ha adquirido un protagonismo importante no solo por su dimensión informativa y divulgadora. Especialmente ha dejado sentir su relevancia en los procesos de interacción e integración, fundamentales para la convivencia pacífica, la formación humana y la transformación social. La gestación de nuevos conocimientos que contribuyen a comprender mejor las nuevas dinámicas sociales en el mundo digital abre puertas a escenarios nuevos de riesgos y amenazas, pero también de oportunidades y responsabilidades. Por ejemplo, los dirigentes barriales tienen la oportunidad de emprender estrategias comunicacionales usando la red social Facebook para informar a las comunidades.

En este sentido, Sono (2020) destaca que en la actualidad el uso de Facebook para establecer estrategias de comunicación en las comunidades se ha vuelto fundamental. Por ello, los líderes de la comunidad deben coordinar para crear mensajes clave y recursos que pueden compartirse y difundirse por miembros de la propia comunidad.

Una buena estrategia de redes sociales tiene más que ver con calidad que con cantidad. Esto quiere decir que la clave no está en publicar contenido constantemente, sino

en promover información útil y de calidad. Según Peñafiel (2021), entre las principales estrategias que se pueden emplear comunicacionalmente a través de Facebook constan las siguientes:

- Destacar las medidas que se van a adoptar por parte de las autoridades para proteger a la ciudadanía del Covid-19, como las jornadas de vacunación, las medidas de distanciamiento social y mayor frecuencia de las tareas de limpieza y desinfección.
- Recordar a la comunidad lo que pueden hacer para protegerse y proteger a los demás y alentarlos a hacerlo.
- Detallar información acerca del Covid-19, incluida la prevención, los signos y síntomas, cuándo buscar atención médica.
- Proporcionar enlaces a sitios web específicos para la comunidad o sitios de redes sociales donde las personas puedan obtener información sobre temas relacionados con el Coronavirus.

Según Contreras (2020), en tiempos de coronavirus, las redes han sido ganadas por mensajes que operan en múltiples sentidos, desde los positivos, que sirven como vínculos en el aislamiento de la cuarentena o como espacios de información en tiempo real, o como momentos de catarsis y lugares de socialización. En el contexto de la dirigencia barrial, los mensajes que se difundan a través de plataformas como Facebook deben pensarse en la utilidad que van a tener en la comunidad. Al ser un poderoso elemento comunicacional, esta red sirve para construir o para generar el caos. La idea es que sea utilizada responsablemente.

En este sentido, Brull (2020) sostiene que la información y la comunicación abogan cada día por ampliar espacios con enfoques multidisciplinarios para favorecer la vida

pública de los ciudadanos con modelos interactivos y dinámicos en las comunidades. En los barrios, por ejemplo, la información que se difunde suele estar asociada a las jornadas de vacunación emprendida por las autoridades del Ministerio de Salud Pública. De ahí que los actores-gestores del proceso de organización social forman parte de las estrategias gubernamentales en correspondencia con dos componentes esenciales: la política de desarrollo territorial y el nuevo ecosistema de comunicación con la aparición de las comunidades virtuales que conforman los dirigentes barriales en redes sociales como Facebook.

5. Metodología

Para poder realizar la sistematización de los datos y la información obtenida se ha aplicado la metodología mixta. Esta tiene como característica la aplicación de varias herramientas que permiten trabajar cuantitativa y cualitativamente.

Para Hernández Sampieri y Mendoza (2018), este modelo es el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo, estos se entrelazan o se mezclan en todo el proceso de la investigación, con el fin de lograr una representación más completa del fenómeno. Por un lado, lo cualitativo sirve para comprender los principales componentes relacionados con las estrategias comunicacionales de Facebook empleadas por dirigentes barriales de Manta. Para cumplir con este propósito, el recorte temporal del presente estudio abarca el segundo semestre del año 2020.

Por su parte, el enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis previamente hechas, confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población.

En este sentido, y en relación con la hibridación metodológica propuesta, esta investigación también presente emplea el método bibliográfico–documental. Este método se utilizará para recabar información de archivo, documentos, libros y reseñas, que permita obtener datos y registros de las principales fuentes de información consultadas.

Finalmente, como técnica para la recolección de datos se empleará la encuesta. Como es bien sabido, y de acuerdo con una investigación de Hernández Sampieri (2014), esta técnica sirve para la adquisición de información de carácter sociológico, psicológico y cultural. Mediante un cuestionario de preguntas se conocerá el criterio de treinta dirigentes barriales de la ciudad de Manta a propósito de las estrategias comunicacionales empleadas a partir del uso de la red social Facebook. La muestra de treinta dirigentes es significativa; se ha escogido a los dirigentes que tienen activa participación en la red en mención. La encuesta sirve como guía prediseñada para alcanzar el propósito del presente trabajo, permitiendo así describir, aclarar y explicar las estrategias comunicacionales empleadas. En el ámbito de la dirigencia barrial.

La presente investigación le atribuye múltiples funciones a la comunicación y que van más allá del aspecto meramente informativo o divulgativo, sino que hacen de la comunicación una relación, un aspecto dialógico y participativo. Para ello se requieren estrategias comunicacionales que los dirigentes barriales asuman a partir del empleo de la red social Facebook.

6. Análisis y discusión de resultados

En el contexto de esta investigación se encuestaron a treinta dirigentes barriales de la ciudad de Manta a propósito de las estrategias comunicacionales empleadas a partir del uso de la red social Facebook. A través de este instrumento se pretende conocer el uso que

los dirigentes le dan a esta plataforma en tiempos de la pandemia provocada por la Covid-19.

Tabla 1. ¿Considera usted que la red social Facebook es un valioso instrumento para la comunicación y difusión de la actividad de la dirigencia barrial de la ciudad de Manta?

Variables	Dirigentes	Porcentaje %
No	5	17%
Total	30	100%

Fuente: elaboración propia

En esta primera pregunta de la encuesta, el 83% de dirigentes consideró que la red social Facebook es un valioso instrumento para la comunicación y difusión de la actividad de la dirigencia barrial de la ciudad de Manta, mientras que apenas el 17% restante señaló lo contrario.

Desde la perspectiva de Zeler (2018), el uso de las redes sociales como Facebook constituyen una herramienta de comunicación cuya utilización se ha incrementado en los últimos tiempos, a tal punto que se ha convertido en un instrumento clave de comunicación para los dirigentes barriales y comunitarios. Su destacado crecimiento, acceso y popularidad se presentan como una oportunidad para generar mayor interacción con los públicos. La capacidad de relacionarse de forma directa con los públicos y la posibilidad de generar experiencias enriquecedoras con los integrantes de una determinada zona o comunidad son aspectos que influyen para que los dirigentes utilicen las redes sociales como herramienta de comunicación.

Tabla 2. ¿Cuáles son las estrategias comunicacionales que usted como dirigente barrial emplea en el contexto de la pandemia provocada por la Covid-19?

VARIABLES	DIRIGENTES	PORCENTAJE %
Difusión de noticias sobre el cuidado necesario para afrontar la pandemia	12	40%
Transmisión en vivo de eventos de ayuda comunitaria y solidarios	9	30%
Interacción permanente con los usuarios	3	10%
Generación de contenidos propios de miembros de la comunidad	6	20%
Narración de historias de personajes de la comunidad sobre cuidado contra el covid	0	0%
Otra (indique)	0	0%
TOTAL	30	100%

Fuente: elaboración propia

En esta pregunta de la encuesta, el 40% de dirigentes consultados señaló que entre las estrategias comunicacionales que emplea en el contexto de la pandemia provocada por la Covid-19 consta la difusión de noticias sobre el cuidado necesario para afrontar la pandemia; el 30% prefiere transmitir en vivo de eventos de ayuda comunitaria y solidarios; mientras que el 10% opta por la interacción permanente con los usuarios. Finalmente, el 20% restante indicó que genera contenidos propios de miembros de la comunidad.

Las estrategias empleadas en Facebook en el ámbito de la dirigencia barrial se caracterizan por su diversidad. Un estudio de Andrade (2017) destaca que esta plataforma ofrece múltiples herramientas que pueden combinarse entre sí para generar contenido. Dependerá de las características de la comunidad determinar qué soportes se aplicarán en la estrategia de comunicación seleccionada. Es necesario verificar los comentarios que puedan hacer de los contenidos para responder mensajes sin demora potenciando el feedback con los usuarios. También se sugiere que la cuenta de la dirigencia barrial tenga

una cierta regularidad en la publicación de videos y que no pase tanto tiempo entre una publicación y la siguiente.

Tabla 3. ¿Cuáles son los principales contenidos noticiosos e informativos que la dirigencia barrial difunde en Facebook en el ámbito de la pandemia?

VARIABLES	DIRIGENTES	PORCENTAJE %
Socialización de reportajes de medios y fuentes fidedignas sobre la pandemia	15	50%
Información sobre la problemática sanitaria	4	13%
Calendarios de vacunación comunitaria y beneficios de la inmunización	6	20%
Contenidos audiovisuales sobre problemáticas de los barrios	5	17%
Entrevistas con dirigentes o autoridades del cantón	0	0%
Otra (indique)	0	0%
TOTAL	30	100%

Fuente: elaboración propia

Sobre los principales contenidos noticiosos e informativos que la dirigencia barrial difunde en Facebook en el ámbito de la pandemia, el 50% sostiene que socializa reportajes de medios y fuentes fidedignas sobre la pandemia. Un 13%, en cambio, manifestó que difunde información sobre la problemática sanitaria. Un 20% expresó que prefiere difundir los calendarios de vacunación comunitaria y beneficios de la inmunización, mientras que el 17% señaló que difunde contenidos audiovisuales sobre problemáticas de los barrios.

A criterio de Pacheco (2019), como fuentes confiables de información, los líderes de la comunidad y los representantes de sindicatos deben participar en la difusión de mensajes a través de métodos ya establecidos. Por ello es destacable que la mitad de los dirigentes encuestados haya señalado que socializan reportajes cuya veracidad ya ha sido solventada. Por ello, se asume que las redes sociales juegan un papel muy importante en la actualidad,

dado que, gracias a su inmediatez y omnipresencia, las personas se pueden comunicar más fácil, por lo que resultan atractivas para la dirigencia, pues se pretende que su mensaje llegue de forma eficaz a los destinatarios.

Tabla 4. ¿De qué forma considera usted que la pandemia ha cambiado la perspectiva de hacer dirigencia barrial en el ámbito de la difusión de la información?

VARIABLES	DIRIGENTES	PORCENTAJE %
La pandemia ha generado que el dirigente barrial sea más responsable	6	20%
La pandemia requiere que los contenidos no desinformen a la comunidad	12	40%
La pandemia provoca que la dirigencia planifique los contenidos que se difunden	2	7%
La pandemia propicia que se incorporen recursos audiovisuales en las redes	1	3%
La covid-19 genera que el dirigente interactúe más con la comunidad	9	30%
Otra (indique)	0	0%
TOTAL	30	100%

Fuente: elaboración propia

En esta última pregunta de la encuesta, un 20% de dirigente señaló que la pandemia ha cambiado la perspectiva de hacer dirigencia barrial en el ámbito de la difusión de la información porque ha generado que el dirigente sea más responsable. En cambio, para un 40% la pandemia requiere que los contenidos no desinformen a la comunidad, un 7% expresó que la pandemia provoca que la dirigencia planifique los contenidos que se difunden. Mientras que un 9% cree que la Covid-19 genera que el dirigente interactúe más con la comunidad. Finalmente, apenas un 3% es de la idea que la problemática sanitaria actual provoque que se incorporen recursos audiovisuales en las redes.

En estos tiempos de pandemia, la comunicación ha sido fundamental para orientar a las comunidades y ciudadanos en todo el mundo. Las redes sociales son uno de los mejores paradigmas de la Web 2.0 y la construcción de opinión en el entorno digital. Según De La Rosa (2018), el auge de las redes sociales como Facebook ha incorporado nuevos paradigmas en el manejo de la comunicación. Por ello, el hecho de que los dirigentes se involucren más con las personas es un buen ejemplo para destacar la importancia de estas plataformas y también el nivel de solidaridad que se requiere para superar las consecuencias y efectos de la pandemia.

7. Conclusiones

A lo largo del presente estudio se han destacado las estrategias comunicacionales de Facebook empleadas por dirigentes barriales de Manta en tiempos de pandemia. Se ha partido de la base de que, en la actualidad, la información que se proporciona a la ciudadanía sobre la aparición de un virus y, consecuentemente, el riesgo potencial de contraer una enfermedad infecciosa no es una tarea sencilla. El ejemplo más común es cuando las autoridades de salud pública deben advertir sobre un brote que, por sus características, podría convertirse en una epidemia.

El instrumento utilizado en el desarrollo de este trabajo fue la encuesta a los dirigentes en mención. Los resultados más relevantes de este trabajo han permitido establecer la forma cómo se han manejado las estrategias comunicacionales en Facebook; así su nivel de orientación e interacción con la población de Manta. Por ello, se reafirma la idea de es necesario partir de la base de que la comunicación es necesaria para que toda la organización barrial marche en una misma dirección. La eficacia de estas estrategias está determinada por diferentes factores, uno de los principales es la capacidad que muestran los ciudadanos para comprender la naturaleza de la pandemia, los protocolos necesarios para resolver dicho problema y los pasos requeridos para interactuar en este contexto.

8. Referencias Bibliográficas

- Aguirre, A. (2020). Estrategias comunicacionales internas del Gadm Riobamba y su aporte a la construcción de la imagen corporativa. Periodo enero-junio 2019. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
- Andrade, M. (2017). Análisis comunicacional para la prevención de riesgos y desastres en la cooperativa “Balerio Estacio 4 y 5” de la parroquia Tarqui, ciudad de Guayaquil, año 2016. (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- Araújo, L., y Moraes, A. (2020). El derecho de acceso a la información en tiempos de pandemia: justificación ética y legal para la accesibilidad comunicacional. *Revista Latinoamericana en Discapacidad, Sociedad y Derechos Humanos*, 4(2), 155-185.
<http://redcdpd.net/revista/index.php/revista/article/view/214/122>
- Berceruelo, B. (2016). *Comunicación Empresarial*. Estudios de Comunicación. Madrid: Editorial Popular.
- Browne, R., y Del Valle, C. (2020). Covid-19. La comunicación en tiempos de pandemia. <http://www.doctoradoencomunicacion.cl/files/la-comunicacion-en-tiempos-de-pandemia.pdf>
- Brull, M. (2020). Sistema de información y comunicación para el enfrentamiento de las comunidades a desastres naturales, epidemias y pandemias. *Ciencia en su PC*, 1(3), 1-17. <https://www.redalyc.org/journal/1813/181365138001/html/>
- Carrión, F., y Cepeda, P. (2021). *Quito: la ciudad que se disuelve-Covid 19*. Quito: Flacso.
- Contreras, A. (2020). *Quitarnos los miedos. Hacer comunicación en tiempos de coronavirus, aislamiento social y pandemia informativa*.

Recuperado de

<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7719/1/Contreras%20Auitarnos%20los%20miedos.pdf>

De La Rosa, M. (2018). Fortalecimiento organizacional del barrio bellavista a través de los servicios de la Casa Somos Bellavista. (Tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador.

Ganchala, C. (2017). Manual de Comunicación de Redes Sociales para las Ligas Barriales de Quito. (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador.

Garcés, R. y del Pino T. (2016). Gestionando la Infocomunicación en la práctica: rutas, tropiezos, certidumbres. La Habana. Editorial Prisma.Com.

Hernández-Sampieri, R. (2014). Metodología de la investigación. Recuperado de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Ciudad de México: Editorial Mc Graw Hill Education.

Lucero, M., y Pazmiño, J. (2015). Desarrollo de estrategias comunicacionales y geomarketing como herramienta de fortalecimiento para identificar y prevenir el dengue grave en las zonas urbanas marginales de la ciudad de Guayaquil. (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.

- Marín, V. (2016). Plan estratégico de comunicación para la asamblea de unidad cantonal de Cotacachi. (Tesis de pregrado). Universidad Técnica del Norte, Ibarra, Ecuador.
- Pacheco, F. (2019). El movimiento barrial en la ciudad de Cuenca. (Tesis de pregrado). Universidad de Cuenca, Cuenca, Ecuador.
- Peñañiel, K. (2021). Uso de las redes sociales como estrategia comunicacional del Gad Pedro Carbo durante la pandemia (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Babahoyo, Babahoyo, Ecuador.
- Peñarreta, A. (2015). La orientación de la opinión pública de los habitantes de la ciudad de zumba, cantón Chinchipe, a través de radio San Antonio FM. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador.
- Reyes, J. (2018). Estrategias para posicionar el departamento de cultura y turismo de la junta parroquial de Calderón, cantón Quito, provincia de Pichincha, en redes sociales. (Tesis de pregrado). Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador.
- Romero, H. (2020). Estrategias para identificar fake news en Facebook y competencias digitales en usuarios machaleños para evitar desinformación en noticias sobre Covid-19. (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Machala, Machala, Ecuador.
- Sono, M. (2020). Análisis de la red social Facebook como herramienta de comunicación digital de la marca BBVA en tiempos de pandemia. (Tesis de pregrado). Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.

Ulloa, J. (2020). La comunicación en la construcción de la nueva convivencia humana.

Revista Digital Punto de Encuentro. 10(132), 12-16.

http://signisalc.org/2017/userfiles/ckeditor/revista_punto_de_encuentro_dic_2.pdf