

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO

FACULTAD DE HUMANIDADES

ESCUELA DE COMUNICACIÓN



Espacios digitales como herramienta de comunicación para el desarrollo

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER EN COMUNICACIÓN**

AUTOR

Danuska Antonella Sandoval Mio

ASESOR

Karl Friederick Torres Mirez

<https://orcid.org/0000-0002-6623-936X>

Chiclayo, 2023

Espacios digitales como herramienta de Comunicación para el Desarrollo

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	2 %
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	1 %
3	revistascientificas.cuc.edu.co Fuente de Internet	1 %
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1 %
5	revistaitsl.itslibertad.edu.ec Fuente de Internet	1 %
6	revistas.ort.edu.uy Fuente de Internet	1 %
7	www.usat.edu.pe Fuente de Internet	1 %
8	repositorio.espam.edu.ec Fuente de Internet	1 %
9	revistas.udem.edu.co Fuente de Internet	

ÍNDICE

RESUMEN.....	4
ABSTRACT	5
I. INTRODUCCIÓN	6
II. MARCO TEÓRICO	7
2.1. ANTECEDENTES.....	7
2.2. CAPÍTULO 1: ESPACIOS DIGITALES	9
2.2.1. DIGITALIDAD	9
2.2.2. ENTORNOS DIGITALES Y CpD.....	10
2.3. CAPÍTULO 2: HERRAMIENTAS DE CpD.....	10
2.3.1. COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	10
2.3.2. TIPOS DE HERRAMIENTAS DE CpD	11
2.3.2.1. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL	12
2.3.2.1.1. TALLERES	12
2.3.2.1.2. CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN	12
2.3.2.1.3. EXPOSICIONES/ FERIAS	12
2.3.2.1.4. TEATRO	12
2.3.2.2. MEDIOS COMUNITARIOS.....	12
2.3.2.2.1. RADIOS COMUNITARIAS	12
2.3.2.2.2. TELEVISIÓN/VIDEO	13
2.3.2.3. MODERNAS TECNOLOGÍAS	13
2.3.2.3.1. REDES SOCIALES	13
2.3.2.3.2. NARRATIVAS DIGITALES	13
2.3.2.3.3. VIDEOJUEGOS.....	13
2.3.2.3.4. PODCASTS.....	14
2.3.2.3.5. BLOGS/ PÁGINAS WEB	14
III. CONCLUSIONES	14
IV. REFERENCIAS	15

RESUMEN

Los espacios digitales con relación a los contextos que se presentan en la actualidad y las nuevas oportunidades de participación para el desarrollo integral y social de las personas y comunidades han tomado relevancia en la Comunicación para el Desarrollo. Ante ello, ¿son importantes los espacios digitales como herramienta de comunicación para el desarrollo? Esta investigación pretende definir el concepto de los espacios digitales en relación con la comunicación para el desarrollo, y a su vez, explicar las herramientas de la comunicación para el desarrollo y sus tipos. Asimismo, al ser un tema de actualidad y de gran significado en el mundo digital, permitirá ser una guía de conocimiento para las nuevas formas de comunicación, a comunicadores y a investigadores interesados en el tema.

PALABRAS CLAVE

Espacios digitales, comunicación para el desarrollo, herramientas, desarrollo.

ABSTRACT

The digital spaces in relation to the contexts that are currently presented and the new opportunities for participation for the integral and social development of people and communities have become relevant in communication for development. Given this, are digital spaces important as a communication tool for development? This research aims to define the concept of digital spaces in relation to communication for development, and in turn, explain the tools of communication for development and their types. Likewise, as it is a topical issue of great significance in the digital world, it will serve as a knowledge guide for new forms of communication, communicators and researchers interested in the subject.

KEYWORDS

Digital spaces, communication for development, tools, development.

I. INTRODUCCIÓN

Los espacios digitales están cada vez más involucrados en las actividades humanas y en la comunicación no es la excepción, pues los entornos virtuales como herramienta de comunicación para el desarrollo, aparte de ser un espacio de información y conocimiento, crea nuevas formas de participación. Así como menciona Gallego y Vinader (2019) los grupos sociales están en proceso de evolución y desarrollo tomando estos espacios para entablar temas de preocupación civil o que afectan al proceso de su desarrollo.

Ante las nuevas tecnologías, toma presencia la comunicación para el desarrollo (CpD) en la cultura digital. En Latinoamérica, para los desafíos propuestos en la «Agenda 2030», por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), consideran las redes sociales como una nueva forma de activación social, puesto que las personas están en constante proceso de configuración ante los contextos sociales en los que se pueden presentar. Es por ello que, para alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible, de unificar y comprometer a las naciones en base a las problemáticas y necesidades de las comunidades se debe tomar la medida de involucrar la digitalidad para contribuir en la formación del desarrollo de las personas. (Naser et al., 2021).

En el contexto nacional, en Perú, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) ha implementado «RedPública», un espacio donde las personas pueden sugerir propuestas transformadoras para la solución a las diversas problemáticas que emergen en el país. De esta manera, contribuye en el desarrollo humano e integral, pues consideran que se debe promover la inclusión de los peruanos en espacios nuevos e integrar iniciativas de innovación en colaboración con actores interesados en la mejoría del bienestar del país. (PNUD, 2022)

En esa misma línea, la crisis sanitaria y el confinamiento hizo que las personas se introduzcan en el plano digital, tanto la educación, el comercio, proyectos sociales y otros aspectos, se vieron afectadas, por ello fueron trasladados y adaptados a plataformas *online*. Desde entonces, los espacios digitales y el uso de herramientas tecnológicas están más impregnados en las personas (Ford, 2021). En relación a ello, el Informe de *We Are Social y Hootsuite* en el Perú se encuentran 19,90 millones de personas en la red. En cuanto a redes sociales, existen 27 millones de usuarios, esto equivale al 81,4% de la población peruana (Kemp, 2021).

En ese sentido, Ford (2019) menciona que el individuo ha tenido la facilidad de adaptarse a la digitalización y por ello, es importante introducir los espacios digitales en las estrategias

comunicacionales para el desarrollo. Puesto que, las personas están más relacionados al contexto tecnológico e innovador, pues se reflejan comunidades interconectadas en cuanto a la diversidad de voces y conocimientos de los intereses colectivos de la sociedad.

Por otro lado, en el contexto regional, la implementación de espacios digitales como herramienta de CpD es un tema escaso. Pues no se ha evidenciado proyectos en las que fomenten el desarrollo o promuevan el empoderamiento de las comunidades y la participación en el ámbito digital.

Dicho lo anterior, se considera a la digitalidad como una herramienta trascendental en las estrategias de CpD. Ante ello, se plantea la pregunta: ¿Son importantes los espacios digitales como herramienta de comunicación para el desarrollo?

Por consiguiente, la presente investigación es conveniente, porque permitirá conocer los espacios digitales como una herramienta favorecedora para la CpD. Además, tiene relevancia social, puesto que contribuirá en el conocimiento de las nuevas formas de comunicación y a investigadores interesados en el tema.

Asimismo, tiene implicancias prácticas porque propone una investigación reflexiva y expositiva acerca de la relación de la CpD con la digitalidad y las oportunidades de participación que se presentan con la llegada de nuevas tecnologías.

A su vez, posee valor teórico, puesto que la investigación aborda un tema de actualidad y de gran significado en el mundo digital, pues permitirá ser una guía de conocimiento para futuras intervenciones.

Objetivo general

Determinar los espacios digitales como herramienta de Comunicación para el Desarrollo

Objetivos específicos

- Definir el concepto de los espacios digitales en relación a la CpD.
- Explicar las herramientas de CpD y sus tipos.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

Carpio y Puertas (2018), en su investigación establecieron como objetivos específicos: determinar la repercusión de las redes sociales del Festival de Artes Vivas de Ecuador y del

Ministerio de Cultura; y analizar la actividad, el número de seguidores y la interacción de sus páginas oficiales. La herramienta que se utilizó para la recolección de datos estadísticos fue a través de herramientas digitales. La metodología que se usó fue cuantitativa. Se llegó a la conclusión de que los medios sociales han favorecido en la estrategia de comunicación para la promoción de la cultura, al igual que las instituciones han hecho un buen uso de esta herramienta para la difusión cultural, puesto que han generado mayor interés e interacción por parte de los usuarios al conocer más acerca del Festival. Por otra parte, se determinó que en ambas plataformas han tenido un alcance considerable en cuanto a contenido, comentarios, reacciones y compartidos, lo cual permite la creación de nuevas comunidades dentro de los medios sociales.

González et. al (2020) realizaron una investigación en la que propusieron como objetivos específicos: comprender el alcance de la difusión y el uso de los medios sociales en la participación juvenil; reflexionar acerca de los resultados y examinar el impacto del uso de las redes; y presentar retos educativos para formar a la juventud de manera virtual. La herramienta que se aplicó fue la encuesta a 127 estudiantes. La metodología que se empleó fue mixta. Como conclusión, se demostró que la mayor parte de los jóvenes están involucrados en los medios sociales, como medio de entretenimiento o para comunicarse y compartir sus opiniones. Además, se determinó que el interés más influyente entre estos jóvenes eran temas socioambientales, educación, salud y política, entre otros. Por último, los autores determinaron que los jóvenes consideran el uso de las herramientas digitales como medio para fortalecer el compromiso, la participación, y el debate ciudadano.

En ese sentido, Fuentes y Belando (2022), en su artículo tuvieron como objetivos específicos: analizar los medios sociales y las nuevas tecnologías de participación social en jóvenes; analizar las perspectivas relacionadas a la participación juvenil; y conocer la relación de ambos objetivos mencionados. La investigación utilizó la metodología cualitativa. Para el logro de los objetivos, se realizó entrevistas a estudiantes de educación secundaria para conocer sus opiniones, motivaciones y actitudes. En conclusión, se presentó un nivel alto de uso de tanto de las redes sociales como de los nuevos canales, además, se determinó la intervención social en el consumo de información en los medios digitales, en las que contrastan esos datos para comprobar su veracidad, y se preocupan por el cambio social.

Por su parte, Contreras y Vera (2022) en su artículo, establecieron como objetivos específicos: identificar las nociones de estudiantes acerca de la ciudadanía, conocer sus percepciones del

uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y competencias ciudadanas de los estudiantes; y determinar las diferencias en sus percepciones sobre la definición de ciudadanía digital. La herramienta que se aplicó fue la encuesta a 138 estudiantes entre 15 y 18 años. A modo de conclusión, se demostró que los estudiantes consideran importante y necesarias las estrategias en base a las TIC, pues beneficiaron en el progreso de las competencias de ciudadanía digital en los estudiantes, debido a los diversos productos y actividades que han facilitado en la investigación, en el acceso a la información y en el intercambio de esta. En ese sentido, la participación ha sobresalido a causa de los asuntos de interés colectivo.

2.2. CAPÍTULO 1: ESPACIOS DIGITALES

En la era digital se desglosa diversas herramientas tecnológicas, tanto jóvenes y adultos intervienen de forma democrática en ellas para tratar temáticas y problemas de su comunidad, de esta manera, fortalecen las competencias comunicativas para desarrollar la autonomía. Es por ello la importancia de los espacios digitales, pues cumplen un rol fundamental al permitir el empoderamiento de la sociedad, de manera que amplía su libertad y brinda oportunidades de participación (Ford, 2019).

En ese sentido, la autora rescata el término e-democracia, un proceso de doble vía, en donde las personas participan en las diversas plataformas digitales de manera libre y espontánea para ejercer el sentido crítico. Por su parte, Brown y Garson (2003, como se cita en Ford, 2019) menciona que existen diversas maneras de promover el activismo y el cambio social dentro de los medios digitales, así, ayuda a mejorar aspectos como la sensibilización, movilización, acciones que generen reacción, difusión de información, entre otros.

2.2.1. DIGITALIDAD

La digitalización ha generado nuevas oportunidades en relación a la integración y desarrollo humano, pues ha contribuido en el alcance de nuevas oportunidades de innovación ante la llegada de nuevas tecnologías. Asimismo, el ser humano mantiene relaciones o vínculos a través de diversos espacios, ha facilitado las actividades cotidianas y al acceso a la información, se puede identificar un problema y darle diversas soluciones, de modo que permite el empoderamiento y la autonomía. En suma, la digitalidad facilita la creación e innovar nuevas aplicaciones para la construcción de la participación en medios sociales (Landaverde, 2019).

2.2.2. ENTORNOS DIGITALES Y CpD

En el contexto digital, la innovación tecnológica no solo ha transformado a la sociedad, sino que ha establecido modelos comunicativos de lado a lado, de la mano con la interacción como elemento potencial en los procesos. A partir de ello, la comunicación ha ganado protagonismo y para adentrarse al escenario social es necesario analizar una estrategia comunicativa con un plan de gestión sostenible (Costa y López, 2020).

En relación a ello, las personas, además de vincularse con los nuevos modelos de comunicación, tienen la oportunidad de crear innovadores canales de expresión. De forma que, se establecen nuevas esferas de contacto en base a la comunicación y a las necesidades, lo que implica un desarrollo social activo. Estos espacios implementados en las plataformas digitales potencian las interrelaciones humanitarias, fortalecen la socialización y aminora la exclusión (Senso, 2022). Además, el uso de los espacios digitales como parte de las TIC también han permitido a las personas desarrollarse de manera personal, social y comunitaria (Belando, 2021).

Por su parte Vega et. al (2022), sostienen que los espacios virtuales en relación a la comunicación conllevan al individuo a pensar de distintas formas, es decir, diversas maneras de comprender la realidad, situaciones sociales y culturales; y comprender las relaciones entre sujetos. De las tantas herramientas que ofrece la red generan que el sujeto construya nuevas significaciones de modo más rápido y en mayor cantidad.

En resumen, las nuevas tecnologías, en este caso, los entornos digitales, pueden proporcionar un impulso a la CpD y el cambio social en lo que refiere a las necesidades de las comunidades. Pero, para ello, las organizaciones en conjunto con los comunicadores en CpD deben propiciar las habilidades o competencias necesarias para cubrir esas necesidades, ayude a movilizar y llamar a la participación de las comunidades (González, 2020).

2.3. CAPÍTULO 2: HERRAMIENTAS DE CpD

2.3.1. COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

A partir de la teoría de la modernización, la CpD se determinó como un proceso donde los individuos son capaces de cambiar lo tradicional por la tecnología para adaptar y promover la innovación, de esta forma generar el desarrollo. En Latinoamérica, la definición de desarrollo se adaptó a la globalización, a lo que le llamaron «flexibilidad», por ello, se han acomodado a diferentes visiones ideológicas y pragmáticas desde la comunicación. De este modo, se han

presentado distintas propuestas dentro de la CpD, como la comunicación institucional, organizacional, comunitaria, ciudadana, cultural o alternativa (Vásquez et. al, 2020).

En ese sentido, Vásquez et. al (2020) mencionan que la CpD constituye a los sujetos sociales, genera estrategias de empoderamiento social; construye y refuerza a la comunidad; fomenta la participación tanto autónoma como colectiva; entrevé los problemas y propone soluciones; produce la transformación y el cambio social; propicia las interrelaciones, manteniendo las identidades y autonomías.

Dentro de la CpD, la comunicación tiene un rol importante, puesto que es esencial para consolidar las relaciones en las que interactúan la sociedad, a su vez logra potenciar la comunicación y lo proyecta en el contexto de las TIC. Además de fomentar la interacción y la acción, también debe cumplir con la función de propiciar el diálogo dentro de las comunidades, emplear estrategias y recursos que posibilite afrontar los conflictos sociales. (Medranda y Valbuena, 2020)

2.3.2. TIPOS DE HERRAMIENTAS DE CpD

Las herramientas de comunicación se adaptan al espacio - tiempo y la interacción entre sujetos lleva a atender diversas formas de pensar. Las tecnologías modernas de información en distintos contextos, aplicaciones y navegación por la web han permitido un activo intercambio de ideas y continua participación, de manera que contribuye al empoderamiento de las comunidades. (Benítez y Sierra, 2020)

En ese sentido, los autores consideran las herramientas de CpD como un factor necesario para el cambio social ante el nuevo contexto de globalización, puesto que se han vuelto transversales para las actividades humanas, el logro de nuevas formas de participación y creación de consensos; y sobre todo, como fuente de acceso de información y conocimiento.

Por otra parte, la aplicación de las herramientas deriva de la situación o circunstancia, pues se debe estudiar el panorama de la realidad en la que el comunicador se enfoca, la elección de la herramienta aprovechará al máximo los recursos o posibilidades de dicha comunidad. Es por ello que, la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE) (2016, como se cita en Cusihuamán et. al, 2021) menciona tres herramientas para promover el desarrollo y el cambio social: comunicación interpersonal, medios comunitarios y modernas tecnologías.

2.3.2.1.COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

2.3.2.1.1. TALLERES

Lo que se busca al realizar un taller es que los involucrados se integren en un espacio donde puedan experimentar, reflexionar acerca de su propia realidad, producir ideas y materiales. Se destacan las actividades dinamizadoras que giran en torno a la problemática tratada en el taller, de este modo, los participantes se puedan sentir identificados y motivados a dialogar acerca de su entorno (Identidad y Desarrollo, 2019).

2.3.2.1.2. CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN

Estas campañas según Jiménez y Rosado (2018, como se cita en Lozano y Fernández, 2021) consisten en la ejecución de actividades dentro de una estrategia con el objetivo de generar cambios sostenibles en políticas y prácticas que vulneran los derechos humanos, de modo que influye en las decisiones políticas o públicas con el apoyo de la ciudadanía movilizada y de alianzas.

2.3.2.1.3. EXPOSICIONES/ FERIAS

Las ferias representan una herramienta para difundir y promocionar, están inclinadas a un ámbito comercial para impulsar el desarrollo de una organización o productos. Para ello, es necesario planificar las acciones a realizar para la organización de la feria, con el fin de lograr los objetivos propuestos. (García, 2019).

2.3.2.1.4. TEATRO

Esta herramienta propone actividades, ejercicios y métodos propios de teatro dentro de las comunidades con la finalidad de incentivar a los involucrados a compartir sus necesidades para la concientización y reflexión orientada a dar solución y a transformar a través de la acción dramática (González, 2020).

2.3.2.2. MEDIOS COMUNITARIOS

2.3.2.2.1. RADIOS COMUNITARIAS

La radio comunitaria, es una herramienta potencial de gran alcance para comunidades que no tienen la posibilidad de acceder a la información desde otros medios. Además, tiene como base la participación activa de las personas y la democratización de la palabra, es decir, el diálogo horizontal y bidireccional. Se desarrollan diversos valores como el progreso de los derechos de

los ciudadanos, la cultura, el medio ambiente y temas sociales que suelen tratar dentro de ella (Beloki et. al, 2021).

2.3.2.2. TELEVISIÓN/VIDEO

La televisión y video emiten contenidos, ya sea culturales o informativas, además permite involucrar a las audiencias mediante esos contenidos para lograr una proximidad. Por ello, es el mayor medio que tiene más influencia en los espectadores y es fundamental para poder concientizar y llevar a las audiencias a la reflexión. (Orozco y Torres, 2019).

2.3.2.3. MODERNAS TECNOLOGÍAS

2.3.2.3.1. REDES SOCIALES

Las medios sociales han cambiado los hábitos de la sociedad, puesto que ha permitido interactuar con otras personas, y son capaces de generar canales de expresión, de debate e intercambio de información (Aquino,2021).

Dentro de las TIC, Caivano (2010, como se cita Barón et. al, 2021) menciona que las redes sociales se manifiestan como sistemas de relaciones, en que las personas construyen y fortalecen vínculos, además de ser un medio de intercambio de información. En ellas, se encuentran diversas plataformas de interacción (*Instagram, Twitter, Facebook, Tik Tok, WhatsApp*, etc.) donde muchos tienen fácil acceso.

Asimismo, Moreno y Ziritt (2019) concuerdan en que los medios sociales no solo tienen el objetivo de intercambiar mensajes, sino que también sirve como una herramienta de conexión, en la cual se puede evidenciar la participación activa de la ciudadanía. Además, estas dan entrada a temas de interés colectivo, involucrándose a espacios nuevos donde se permite la intervención de diversas perspectivas y opiniones.

2.3.2.3.2. NARRATIVAS DIGITALES

Las narrativas digitales para Gama y León (2020) son de carácter educativo y comunicativo, puesto que relatan historias acerca de la comunidad a través de imágenes, video y audio. Este tipo de herramienta ha ayudado a comunidades a conocer el pasado y la cultura de su entorno con el fin de reconocer sus tradiciones con el uso de las TIC.

2.3.2.3.3. VIDEOJUEGOS

Este tipo de herramienta es de carácter formativo e informativo. Se desarrollan para complementar conocimientos acerca de un determinado lugar, a su vez, enriquecer la cultura.

Asimismo, involucra el aprendizaje de manera dinámica y divertida mediante simulaciones, animaciones y sonido (Gama y León, 2020).

2.3.2.3.4. PODCASTS

Los podcasts resultan muy versátiles en cuanto herramienta de comunicación, puesto que permite a las personas expresarse con libertad abordando temas de interés de la comunidad, además, facilita la difusión de temas que no son lo suficientemente tratados en canales masivos y amplía el número de reproducciones, pues resulta ser un recurso la cual crea una comunidad colaborativa y cooperativa (Figuroa, 2019).

2.3.2.3.5. BLOGS/ PÁGINAS WEB

Estos espacios son abiertos, dentro de ellos se constituyen comunidades virtuales en torno a diversos intereses. Asimismo, presentan características vinculadas a construir relaciones sociales, es decir, de colectividades a través de un proceso interactivo de inmediatez y poder de intercambio (Martínez et. al, 2020).

III. CONCLUSIONES

Se ha podido comprender desde los conceptos de los espacios digitales que son una herramienta potencial para la CpD, puesto que han permitido desarrollar competencias comunicativas, es decir, relacionarse con diversos sujetos a través de la digitalidad. Además, a través de estos entornos digitales se refuerza las concepciones de la CpD al promover los procesos de desarrollo social activo con la participación de la comunidad relacionada a las situaciones socioculturales.

Las herramientas de CpD se han diversificado en el nuevo contexto de globalización, por lo que las personas se han adaptado a las nuevas formas de participación y diálogo en base a las problemáticas o necesidades. En ese sentido, la comunicación interpersonal contribuye a que las comunidades se integren y fortalezcan el diálogo, los medios comunitarios favorecen en la difusión de contenidos comunicativos para sensibilizar a las comunidades, y las modernas tecnologías tienen el poder de impulsar a la innovación y transformación a partir de la interrelación y la información. Estas herramientas aportan a los procesos comunicativos y participativos, en el intercambio de ideas y experiencias, la interacción y el empoderamiento de la sociedad.

IV. REFERENCIAS

- Aquino, A. (2021). Era digital internet redes sociales: ¡úsame con responsabilidad! <https://books.google.com.pe/books?id=nxQnEAAAQBAJ>
- Barón, M., Duque, A., Mendoza, F., & Quintero, W. (2021). Redes sociales y relaciones digitales, una comunicación que supera el cara a cara. *Revista Internacional De Pedagogía E Innovación Educativa*, 1(1), 123–148. <https://doi.org/10.51660/ripie.v1i1.29>
- Belando, M. (2021). Participación cívica en un mundo digital. ESIC. https://books.google.com.pe/books?id=Q_9pEAAAQBAJ
- Beloki, N., Darretxe, L., Gezuraga, M. & Alonso, I. (2021). La radio comunitaria: una manera participativa e inclusiva de acercar la escuela a la comunidad. En Beloki, N., Sáenz, A., Kerexeta, I., y Ramiro, A. (Eds.) *Redes para la inclusión social y educativa*. Editorial GRAO. <https://books.google.com.pe/books?id=oog4EAAAQBAJ>
- Benítez, L. & Sierra, F. (2020). TIC y Comunicación para el desarrollo. Editorial UOC. <https://books.google.com.pe/books?id=v9XeDwAAQBAJ>
- Carpio, L. & Puertas R. (2018). Promoción y difusión cultural en redes sociales: Análisis de las cuentas oficiales del Festival de Artes Vivas en Loja. <https://www.researchgate.net/publication/324279215>
- Contreras, C., & Vera, A. (2022). Educación ciudadana y el uso de estrategias didácticas basadas en TIC para favorecer el desarrollo de competencias en ciudadanía digital en estudiantes. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 13(2). <https://doi.org/10.18861/cied.2022.13.2.3195>
- Costa, C. & López, X. (2020). Comunicación móvil. Editorial UOC. <https://books.google.com.pe/books?id=7ObxDwAAQBAJ>
- Cusihumán, G., Challco, H., & Sucasara, L. (2021). Estrategias de comunicación rural en la pandemia covid-19 en la Municipalidad de Langui, Cusco-Perú. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 27(3), 100-110. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28068276010>
- Figueroa, C. (2019). El podcast: un medio y una forma de comunicación. *Acta Herediana*, 62(2), 129-133. <https://doi.org/10.20453/ah.v62i2.3615>

- Ford, E. (2019). El reto de la democracia digital: Hacia una ciudadanía interconectada. <https://www.democraciadigital.pe/sites/default/files/libro-el-reto-de-la-democracia-digital.pdf>
- Ford, E. (2021). Tecnologías digitales y elecciones en el Perú. <https://democraciadigital.pe/sites/default/files/libro-el-reto-de-la-democracia-digital.pdf>
- Fuentes, J. & Belando, M. (2022). Redes sociales y otros canales digitales como medios de participación cívica: un estudio cualitativo de la juventud madrileña. *Foro de Educación*, 20(1). <http://dx.doi.org/10.14516/fde.926>
- Gallego, S., & Vinader, R. (2019). Capital social digital: las herramientas digitales como amplificadoras de la sociedad civil. *BARATARIA. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, (26), 31-48. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322161687002>
- Gama, M. & León, F. (2020). El uso de la tecnología en el desarrollo de narrativas digitales y minijuegos serios: caso tradición oral en Bogotá. *Cultura, Educación y Sociedad*, 11(2). 251-269. <http://dx.doi.org/10.17981/cultedusoc.11.2.2020.16>.
- García, E. (2019). Promociones en espacios comerciales. Ediciones Paraninfo. <https://books.google.com.pe/books?id=8MmxDwAAQBAJ>
- González, R., Bernal, C. & Palomero, I. (2020). Uso de las redes sociales entre los jóvenes y ciudadanía digital: análisis tras la COVID-19. *Revista de investigación en didáctica de las ciencias sociales*. <https://hdl.handle.net/11162/202352>
- González, R. (2020). La estrategia en la comunicación para el desarrollo. De los modelos de referencia a la práctica comunitaria. <http://hdl.handle.net/10234/192663>
- Identidad y Desarrollo (2019). *Talleres participativos*. <https://identidadydesarrollo.com/talleres-participativos/>
- Kemp, S. (2021). *Digital in Peru: All the Statistics You Need in 2021*. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-peru>
- Landaverde, J., Durán, B., Peña, C., Barragán, J., Corona, L., Alemán, K., Rueda, C., Ledezma, A., Ramírez, M., Valdés, J., Leal, & M., Hurtado, J. (2019). Ciudadanía Digital: Identidades, procesos educativos y formas alternativas del ser digital. CONCYTEQ. <https://books.google.com.pe/books?id=S3XNDwAAQBAJ>

- Lozano, A. & Fernández, J. (2021). Educación para el desarrollo y para una ciudadanía global. Universidad de Almería. <https://books.google.com.pe/books?id=XL0rEAAAQBAJ>
- Martínez, P., Martínez, M., & Pérez, F. (2020). Los blogs como recurso de la orientación profesional en la web 2.0. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 31(3). 7-25. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7709484>
- Medranda, N. & Valbuena N. (2020). Comunicación y ciudad: lenguajes, actores y relatos. Editorial Abya-Yala. <https://books.google.com.pe/books?id=TFg7EAAAQBAJ>
- Moreno, Z. & Ziritt, G. (2019). Redes sociales como canales de digi-impacto en la participación ciudadana. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 24(3), 30-45. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27961483003>
- Naser, A., Williner, A. & Sandoval, C. (2021). Participación ciudadana en los asuntos públicos: un elemento estratégico para la Agenda 2030 y el gobierno abierto. *Documentos de Proyecto. CEPAL*. <http://hdl.handle.net/11362/46645>
- Orozco, G. & Torres G. (2019). Agenda digital para la TV pública en Iberoamérica. Editorial GEDISA. <https://books.google.com.pe/books?id=UJGuDwAAQBAJ>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD (2022, 20 de abril) Ciudadanía podrá canalizar digitalmente sus propuestas de solución a los retos del país. <https://www.undp.org/es/peru/news/ciudadan%C3%ADa-podr%C3%A1-canalizar-digitalmente-sus-propuestas-de-soluci%C3%B3n-los-retos-del-pa%C3%ADs>
- Senso, C. (2022). Ciudad etérea. Interpretaciones y apropiación comunicativa del nuevo espacio urbano digital. *kult-ur*, 9(17). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8503286>
- Vásquez, F. & Calero, S. (2020). La comunicación en la construcción del mundo social. Programa Editorial Universidad Autónoma de Occidente. <https://books.google.com.pe/books?id=msAOEAAAQBAJ>
- Vega, Y., Sierra, W. & Calderón, A. (2022). Psique, política, ser, estudios sobre digitalidad. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <https://books.google.com.pe/books?id=jH59EAAAQBAJ>