

REVISTA PRISMA SOCIAL N° 45

FORMACIÓN INICIAL DE LA DOCENCIA Y EDUCACIÓN LINGÜÍSTICA: FACTORES DE CAMBIO SOCIAL EN EL HORIZONTE 2030

2º TRIMESTRE, ABRIL 2024 | SECCIÓN ABIERTA | PP. 269-297

RECIBIDO: 1/11/2024 – ACEPTADO: 1/4/2024

IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN LOS PROYECTOS COMUNITARIOS EN LA REGIÓN DE MURCIA

IMPACT OF SOCIAL NETWORKS ON COMMUNITY PROJECTS IN THE REGION OF MURCIA

INMACULADA TRINIDAD BAÑOS LÓPEZ / INMA.BL14@GMAIL.COM

UNIVERSIDAD DE MURCIA

ENRIQUE PASTOR-SELLER / EPASTOR@UM.ES

UNIVERSIDAD DE MURCIA (ESPAÑA)



prisma
social
revista
de ciencias
sociales

RESUMEN

El artículo presenta los resultados de una investigación empírica orientada a analizar la influencia de las redes sociales en proyectos comunitarios impulsados en barrios en situación de vulnerabilidad y/o exclusión social. En primer lugar, se caracteriza el universo de proyectos comunitarios en un contexto territorial delimitado (región de Murcia, España) y, posteriormente, se analizan los impactos que las redes sociales han tenido en estos (contenido, tipología, vinculación, plan de comunicación interno/externo, fines, alcance, participación, competencias, formación y propuestas). En cuanto al procedimiento, se analizan 22 proyectos comunitarios desde su inicio (2021) hasta (2023), a través del análisis documental (proyectos, memorias) y digital/redes sociales y/o plataformas (Instagram, Facebook, X, Tiktok, Youtube y Web); analizándose 1282 documentos/gráficos. Posteriormente, se realizan entrevistas semiestructuradas a las personas profesionales responsables del universo de los proyectos comunitarios, aplicando cuestionarios y constituyendo un grupo de discusión con los/as profesionales implicados/as. Los instrumentos de recogida de datos fueron previamente validados. Los resultados obtenidos evidencian la importancia y el impacto de las redes sociales en los proyectos, convirtiéndose en espacios comunitarios virtuales generadores de participación ciudadana, que favorecen la difusión de acciones y procesos, la visibilidad de participantes y resultados, la transparencia de procesos participativos, acciones y decisiones, así como el impulso de sinergias comunitarias.

PALABRAS CLAVE

Proyectos comunitarios; trabajo comunitario; redes sociales; innovación social; sinergias comunitarias; participación social.

ABSTRACT

This article presents the results of an empirical investigation aimed at analyzing the influence of social networks on community projects promoted in neighborhoods in situations of vulnerability and/or social exclusion. First, the universe of community projects in a delimited territorial context (region of Murcia, Spain) is characterized and, subsequently, the impacts that social networks have had on them (content, typology, linkage, internal/external communication plan, aims, scope, participation, competencies, training and proposals) are analyzed. As for the procedure, the 22 community projects were analyzed from their inception (2021) to (2023), through documentary analysis (projects, memories) and digital/social networks and/or platforms (Instagram, Facebook, X, Tiktok, Youtube and Web); 1282 documents/graphs were analyzed. Subsequently, semi-structured interviews were conducted with the professionals responsible for the universe of community projects, questionnaires were applied and a discussion group was formed with the professionals involved. The data collection instruments were previously validated. The results obtained show the importance and impact of social networks in the projects, becoming virtual community spaces that generate citizen participation, favoring the dissemination of actions and processes, the visibility of participants and results, the transparency of participatory processes, actions and decisions, as well as the promotion of community synergies.

KEYWORDS

Community projects, community work; social networks; social innovation; community synergies; social participation.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN

El artículo es el resultado de una investigación empírica cuyos propósitos son, por una parte, ofrecer una visión panorámica/tipológica de las características de los proyectos comunitarios en un contexto territorial delimitado y, por otra, analizar la influencia que las redes sociales han tenido en la implementación y desarrollo de estos. Investigación en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (en adelante ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas, concretamente “lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles” (ODS, 11) y “construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación” (ODS, 9). Una investigación original e innovadora, orientada a evaluar el impacto que tiene la utilización de las redes sociales en los proyectos comunitarios de la región de Murcia. Las experiencias que se analizan tienen como finalidad reestructurar y tejer nuevas redes para lograr que los Servicios Sociales municipales se adapten a las necesidades actuales de la ciudadanía. Se pretende disponer de elementos justificativos y analíticos que evidencien la importancia y oportunidad que el trabajo comunitario digital tiene para la intervención en este ámbito y el desarrollo de los proyectos comunitarios.

En la actualidad los proyectos comunitarios deben conjugar el trabajo comunitario tradicional/presencial con el digital/redes sociales, con el fin de que su impacto sea más globalizador y atienda a la diversidad y complejidad de la realidad social. La continua formación de los/as profesionales permite la adaptación a las nuevas herramientas y necesidades que van surgiendo en un mundo en el que impera lo versátil, líquido y efímero. Desde principios del siglo XXI las redes sociales se han universalizado, transformándose para mejorar en apariencia, simplicidad y funcionamiento. Sin duda, las redes sociales han cambiado los modos de interacción interpersonal, intergrupales/interinstitucional y comunitaria, generando espacios de oportunidades. La incorporación de las redes sociales en la intervención social, en general, y comunitaria en particular, es evidente; pero requiere de una evaluación continua de su impacto social, siendo esta la finalidad que orienta nuestra investigación.

1.2. ANTECEDENTES Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

El trabajo comunitario “contribuye al fortalecimiento de los grupos y organizaciones sociales con enclave territorial (...) y persigue la autonomía de los actores sociales en los procesos y tareas para lograr su sostenibilidad” (Pastor-Seller, 2021a, p.4). Ello requiere la creación de grupos motores/promotores y/o referentes abiertos y flexibles, integrados por diversos grupos y actores de interés del territorio. La metodología Investigación-Acción-Participativa (en adelante, IAP) contribuye a construir un proceso dinámico, crítico, reflexivo y colaborativo (Berasaluz *et al.*, 2022). En estos procesos, la comunicación fortalece la dimensión comunitaria de la vida social, “a un nosotros” (Fasano y Roquel, 2015; citado en Peña, 2022, p.201). Se subraya así, la importancia que la comunicación, endógena y exógena, tiene para generar sentido de pertenencia e identidad de los actores sociales hacia su comunidad y su incidencia en la participación. De esta forma, la ciudadanía se activa en la difusión tomando partido de manera horizontal y democrática del ser, saber y hacer. La participación en los procesos comunicativos comunitarios constituye una experiencia educativa que fomenta el cambio y transformación del propio sujeto que la experimenta (Martínez, 2017). Un ejemplo de la importancia de la comu-

nicación comunitaria se puede observar en las “radios comunitarias” impulsadas por vecinos/as y entidades sociales en determinados barrios y localidades menores.

Se considera esencial que la participación se encuentre ligada a un proceso previo de información a la ciudadanía y la puesta a disposición de los mecanismos e instrumentos necesarios. Aunque la comunicación comunitaria, más allá de la mera información, se sitúa en el reconocimiento del otro como igual y en el desarrollo de “espacios que han perdido o que nunca han tenido espacio para conectar” (Peña, 2022, p.210). El fin es conseguir cambios individuales y sociales mediante los medios de comunicación que faciliten la transformación de las sociedades (Mari, 2010). Por ello, desde las experiencias comunitarias se destaca el papel de la comunicación como fuente de transformación y apertura al cambio y las redes sociales son sus instrumentos transversales.

Según Jankowski (2002; citado en Mari, 2010), los seis rasgos que caracterizan a los medios comunitarios son: 1) persiguen proporcionar información relevante que dé respuesta a las necesidades de los miembros de la comunidad; 2) empoderan a los sectores más vulnerables; 3) generan propiedad y control compartidos por vecinos/as, gobierno local y organizaciones de base; 4) contenidos producidos y guiados con enclave local; 5) ejecutados por voluntarios/as y 6) audiencias predominantemente locales, excepto en redes sociales que su grado de dispersión y amplitud no tiene fronteras. Un servicio de red social en internet se define como “una plataforma web cuyo fin es la creación de comunidades en línea mediante la representación de las conexiones personales” (Ros, 2009, p.554). La diferencia esencial entre las redes sociales tradicionales y lo que hoy día se denomina “web 2.0”, es que éstas nacen de la creación de Internet y son fruto de las sucesivas transformaciones de la red social tradicional a la red digital o Social Network (Luque, 2023). También les diferencia la presencia física de las personas usuarias que adquieren un rol activo y no mero consumidor pasivo (Caldevilla, 2010; citado por Pérez *et al.*, 2014).

Las redes sociales ofrecen, a quienes las integran, diversas posibilidades para el impulso del trabajo en equipo y el fomento del aprendizaje a través de la colaboración y cooperación (Kattusca *et al.*, 2010). Constituyen un medio complementario a lo presencial que permite la participación de la ciudadanía y la retroalimentación o feedback de todo lo que en ellas se publica. Igualmente, la divulgación mediante las redes sociales facilita el acceso al conocimiento por parte de la audiencia, lo que ayuda a combatir bulos y pseudociencias, entre otros (Martínez *et al.*, 2023; Sánchez y González, 2022). “Las pantallas y el lenguaje audiovisual representan una de las mejores vías para conectar con las emociones, ya que son más eficientes a la hora de captar la atención y retenerla.” (Martínez *et al.*, 2023, p. 85) Por todo ello, se considera el trabajo con las nuevas tecnologías una estrategia para conseguir innovación, eficacia y eficiencia en la praxis de la intervención comunitaria. Esta importancia del trabajo digital en el ámbito del Trabajo Social y los Servicios Sociales, es cada vez más relevante en la metodología de análisis/diagnóstico e intervención social.

El uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el ámbito del Trabajo Social y los Servicios Sociales [...]. Los diagnósticos basados en el análisis de los comportamientos de los usuarios en los entornos digitales, en especial las llamadas redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram...) (López y Marcuello, 2018, pp. 29-30.)

Esto refiere a la integración de las redes sociales como herramientas que facilitan la recogida de información clave a incorporar para complementar los diagnósticos sociales y mejorar la intervención con las personas usuarias, incorporándolas en los procesos de co-diagnóstico y decisión. Investigaciones desarrolladas en el ámbito del e-Social Work (Castillo de Mesa, 2021; López y Marcuello, 2018; López, Pérez y Aguilar, 2017, entre otros), destacan que la incorporación de las innovaciones tecnológicas incrementa: la participación; la fluidez, flexibilidad y accesibilidad en las relaciones entre profesionales y personas usuarias; el trabajo grupal y la conformación de equipos multidisciplinares. Además, fomentan la participación e interacción de las personas usuarias (Martorell y Canet, 2013), con el objetivo de crear comunidades virtuales. La relevancia de las redes sociales en el ámbito social ha sido evidente en tiempos atravesados por la pandemia de la COVID-19, facilitando el proceso de detección y seguimiento de nuevos positivos (Simancas y Blanco, 2022; Calleja, 2021) y el rediseño de nuevos modelos de trabajo (Duarte *et al.*, 2023). En definitiva, las "... tecnologías están modificando la naturaleza y la práctica de la intervención social." (López y Marcuello, 2018, p. 28)

Por otra parte, las redes sociales nos traen una nueva forma de reivindicación, denominada activismo digital (Peña, Larrondo y Morales-i-Gras, 2023). Se trata de la reclamación de derechos a través de la creación de movimientos digitales. Un ejemplo es el movimiento #MeToo, el cual "se consolida como un movimiento feminista digital global que lucha contra el acoso y el maltrato a las mujeres. Herramientas para la resistencia y el reclamo de la justicia social y equilibrio de poder" (Castillo de Mesa *et al.*, 2021, pp.352-353), siendo este, precisamente, el fin último del movimiento #MeToo.

Las modificaciones que provocan las Tecnologías de la Información y Comunicación (en adelante TICs) en la manera de interactuar y relacionarse, tienen que tener en cuenta la integración de las redes sociales online en las organizaciones y sus efectos en términos de "cohesión interna, coordinación externa, liderazgo e influencia [...]. La presencia de redes sociales online tiene importantes beneficios en cuanto a las posibilidades de difusión y acceso a la información" (Castillo de Mesa *et al.*, 2022, pp. 40-41; Pérez y Vilajosana, 2023). Se subraya la difusión como una de las acciones esenciales a realizar para dar a conocer lo que en los procesos participativos se está realizando.

Del mismo modo, existe un símil de la realidad física de la comunidad de los barrios y territorios extrapolada a la comunidad virtual. Este símil es sobre los sentimientos de pertenencia e identidad para el fomento de la implicación en la transformación de los territorios. En las comunidades virtuales existe la identidad digital que es "la representación online de uno mismo en internet, y especialmente en las redes online" (Castillo de Mesa, 2018, p.12). Esta identidad se conforma por la interrelación con otros/as usuarios/as de la misma red.

Por otro lado, como señala Eguzkitza-Mestraitua *et al.*, (2023), se puede comprobar cómo las televisiones públicas también siguen ciertas recomendaciones en el uso de las redes sociales y la comunicación, para consolidar y fomentar su audiencia/comunidad virtual. Como ejemplo de ello, se observa que las cadenas televisivas se han unido a la utilización de las redes sociales como plataforma digital mediante la cual comunicar sus contenidos. Para ello, diseñan una estrategia previa de comunicación en redes sociales que fomente la interacción con el público y les permita estar más cerca de su audiencia. Igualmente, destaca como las televisiones públicas en Europa cuentan con directrices a las que deben ceñirse respecto a la difusión de la información y formas de interacción con los *followers* en particular, de la misma forma que ocurre con

los proyectos comunitarios que deben seguir las directrices en comunicación y redes sociales marcadas por el Fondo Social Europeo, fuente principal de su financiación.

Como expresan Pirla y Julià (2014), se deben “aprovechar las nuevas tecnologías y especialmente el entorno 2.0 para adaptarnos a la nueva realidad social y usarlas como herramienta de creación y no de consumo” (p. 148). Según López (2018), “el Trabajo Social tiene que estar en la frontera de la innovación tecnológica, para poder seguir siendo un motor de cambio social, y un recurso amigable con el que hacer frente a la fragilidad que todos sufrimos en algún momento de nuestras vidas” (p. 32). Como señala Sánchez (2013), las TICs deben ser utilizadas para conseguir el empoderamiento de la ciudadanía y por tanto, servir como herramienta para la mejora y transformación de los territorios.

1.3. OBJETIVOS

La investigación cuyos resultados se presentan en este artículo, tiene dos objetivos: caracterizar los proyectos comunitarios desarrollados en la región de Murcia y analizar el impacto de las redes sociales en los mismos. Las unidades de análisis son los proyectos comunitarios vinculados con los Servicios Sociales de atención primaria y cofinanciados con Fondos Europeos, denominados: Pactos de Desarrollo Local Participativo y Diagnósticos Locales Participativos.

1.4. JUSTIFICACIÓN

El interés por investigar el impacto de las redes en los procesos de participación de los proyectos comunitarios viene motivado por las posibilidades que ofrecen los nuevos entornos digitales para generar una cultura participativa (Contreras *et al.*, 2023; Mossberger *et al.*, 2007; Pastor-Seller, 2022a), caracterizada por la interacción entre iguales y basada en la horizontalidad e independencia de las instituciones tradicionales (Jenkins *et al.*, 2009; Pastor-Seller, 2022b; Novella *et al.*, 2021; Andrade *et al.*, 2021). Diferentes investigaciones han demostrado que el incremento de la digitalización de la vida es un potencial democratizador (López *et al.*, 2022a; López & Kirwan, 2023; Mossberger & Tolbert, 2010; Pastor & Herrera, 2023; Zriba, 2019).

Se trata de una línea de investigación pertinente porque se aborda en pleno siglo XXI, donde las nuevas tecnologías brindan la posibilidad de lograr, descubrir, alcanzar y construir, lo impensable. Por ello, se considera de interés y relevancia indagar cómo las redes sociales influyen en el fomento de las sinergias comunitarias y la participación social. Además, son inexistentes las investigaciones realizadas al respecto y las aplicaciones prácticas que conllevan los resultados obtenidos para la mejora de los procesos de pertenencia y participación en los proyectos comunitarios. Del mismo modo, las unidades de análisis son proyectos de reciente creación que requieren, por sus características de “innovadores” (definición otorgada en la convocatoria), ser evaluados especialmente respecto en el uso de las nuevas tecnologías, dado que la convocatoria alude a su utilización (Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades, 2022).

Los resultados identifican la influencia de las redes sociales en los proyectos comunitarios y recomendaciones/propuestas para guiar la planificación de la comunicación digital en futuros proyectos comunitarios.

2. DISEÑO Y MÉTODO

La investigación territorializada que se presenta está basada en una metodología mixta (cuantitativa y cualitativa), a partir de un doble diseño, descriptivo de los proyectos y analítico del impacto de las redes sociales en los mismos.

Los contextos de investigación son el universo de proyectos comunitarios circunscritos en el ámbito de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, vinculados con los Servicios Sociales municipales y cofinanciados por Fondos Europeos. Los proyectos comunitarios que se analizan son 22 (unidades de análisis). Para la consecución de los dos objetivos generales anteriormente mencionados, se analizan las siguientes categorías/variables: ámbito; zona; tipología, habitantes potenciales, publicaciones; tipos de contenidos; vinculación con otras redes sociales; existencia de plan de comunicación; plan de comunicación interno; plan de comunicación externo; fin/es del uso de redes; alcance; participación; competencias; formación y propuestas de actuación.

Las técnicas e instrumentos de recogida de datos son diversos y acordes a los objetivos de investigación. Concretamente se diseña un cuestionario *ad hoc*, previamente validado por las personas profesionales de los proyectos comunitarios, compuesto por treinta cuestiones vinculadas con las categorías de análisis anteriormente mencionadas. El cuestionario se cumplimenta de manera conjunta por el equipo técnico del universo de "Pactos Locales" y "Diagnósticos Locales Participativos". Para el análisis de las redes sociales se procede al diseño de un protocolo de recogida sistemática de datos, previamente validado por los profesionales de los proyectos comunitarios, autocumplimentado por personas investigadoras, a través del cual se analiza *in situ* el contenido documental y digital de las redes sociales de Instagram, Facebook, X, Tiktok, Youtube y Web Online de los proyectos consolidados desde su inicio (2021) hasta la actualidad (2023). Se realiza un análisis de 1282 documentos/gráficos. Ambos instrumentos (cuestionario y protocolo de recogida sistemática de datos), se diseñan e implementan mediante la herramienta Google Forms.

Con el fin de conocer de manera cualitativa el impacto de las redes sociales en los proyectos comunitarios se realizan entrevistas semiestructuradas con los/as profesionales/técnicos/as responsables de las redes del universo de proyectos comunitarios analizados, mediante un guion compuesto por treinta y dos cuestiones, atendiendo a las categorías de análisis y diseñado de manera diversa en cuanto al tipo de preguntas (abiertas, excluyentes, múltiples y tipo escala Likert). Una vez realizada la recogida y análisis de datos, se constituye un grupo de discusión con los/as técnicos-as/responsables de los proyectos comunitarios. La sesión se realiza on-line para favorecer la participación de las personas profesionales de distintos municipios participantes con una duración de 90 minutos, mediante la plataforma Zoom. El análisis de la discusión se realiza atendiendo a las categorías de análisis mencionadas, a través de un análisis de contenido de las respuestas "abiertas". Los resultados se sistematizan mediante tablas y gráficos de sectores y barras verticales.

3. TRABAJO DE CAMPO Y ANÁLISIS DE DATOS

El procedimiento se divide en dos fases. En la primera, se realiza un análisis de los proyectos comunitarios, a través del análisis documental y digital de los proyectos/memorias/convoca-

torias. Las categorías de análisis fueron: convocatoria; tipología; ámbito; zona y habitantes. En la segunda fase, se realiza un análisis de las plataformas digitales de los proyectos más consolidados en el tiempo: “Pactos Locales” y “Diagnósticos Locales Participativos”, desde el inicio de éstos (2021) hasta (2023), concretamente las redes sociales y/o plataformas digitales: Instagram, Facebook, X (antes Twitter), Tiktok, Youtube y Web Online. Se analizan un total de 1282 documentos gráficos y alrededor de cien páginas fruto de la transcripción de las entrevistas realizadas al universo de responsables/técnicos de los proyectos. Las categorías de análisis en esta segunda fase son: publicaciones; tipos de contenidos; vinculación con otras redes sociales; Plan de comunicación interno; Plan de comunicación externo; fin/es del uso de redes sociales; alcance; participación; competencias; formación y propuestas de actuación. Con el fin de garantizar la confidencialidad y el anonimato se han codificado proyectos, personas entrevistadas y participantes en grupos de discusión, tal y como se muestra en las tablas 1, 2 y 3 respectivamente.

Tabla 1. Sistemas de codificación de proyectos comunitarios

PACTOS DE DESARROLLO LOCAL PARTICIPATIVO	COD.
“Historias de Barrio” de Alcantarilla	G1
“Súmate a tu Barro” de Cartagena.	G2
DIAGNÓSTICO LOCALES PARTICIPATIVOS	
“El Barrio que Quieres” de Caravaca.	H1
“Todxs a una” de Mazarrón	H2
“Proceso comunitario de Totana”	H3
“Tejiendo Nuestro Barrio” de Jumila.	H4
APOYO TÉCNICO DE LOS PROYECTOS COMUNITARIOS	C1

Tabla 2. Sistema de codificación personas entrevistadas

	PERSONAS ENTREVISTADAS	COD.
G1	Educador/a social.	A1
	Trabajador/a social.	A2
	Personal técnico/a del ayuntamiento.	A3
	Community Manager (periodista).	A4
G2	Personal técnico/a del ayuntamiento.	B1
H1	Trabajador/a social.	E1
H2	Periodista ambiental.	I1
H3	Trabajador/a social comunitario/a.	O1
H4	Trabajador/a social.	U1
	Apoyo técnico de PDL y DLP.	C1

Tabla 3. Sistema de codificación participantes grupo de discusión

	PARTICIPANTES GRUPO FOCAL	COD.
G1	Educador/a social.	A1
	Trabajador/a social.	A2
G2	Personal técnico/a del ayuntamiento.	B1
H1	Trabajador/a social.	E1
H3	Trabajador/a social.	O1
H4	Trabajador/a social.	U1
	Apoyo técnico de PDL y DLP.	C1

4. RESULTADOS

4.1. TIPOLOGÍA Y CARACTERIZACIÓN DE LOS PROYECTOS COMUNITARIOS

Los proyectos comunitarios impulsados por las administraciones locales de la región de Murcia en el marco del Fondo Social Europeo y en el ámbito de los Servicios Sociales municipales ascienden a 22. Las tipologías de estos responden a: “Pactos de Desarrollo Local” (2), “Diagnósticos Locales” (4) y “Proyectos Innovadores” (16).

Los proyectos comunitarios denominados “Pactos de Desarrollo Local”¹ son impulsados desde 2019 por las administraciones locales en municipios de más de 20.000 habitantes. Se fundamentan en una metodología innovadora y experimental, orientada a la construcción de un modelo y una metodología de trabajo en red en diversos ámbitos de intervención. Uno de sus fines es verificar la eficacia y eficiencia de estos para que puedan constituir un ejemplo de buenas prácticas futuras (Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades de la Región de Murcia, 2019).

Los proyectos comunitarios denominados “Diagnósticos Locales Participativos”², son impulsados desde 2021 por las administraciones locales en municipios entre 20.000 y 60.000 habitantes. Se basan en el trabajo en red mediante metodologías participativas que impulsan la implicación de todos/as los/as actores sociales del territorio en la búsqueda del conocimiento de las necesidades y potencialidades de la zona, entre otras. El fin último es construir diagnósticos que sirvan como base para la posterior intervención a través de proyectos “Pactos Locales” que fomenten la inclusión social y palien o erradiquen la pobreza y cualquier forma de discriminación (Consejería de Mujer, Igualdad, LGTBI, Familias y Política Social de la Región de Murcia, 2021).

Los proyectos comunitarios denominados: “proyectos innovadores con entidades locales para la atención integral de población vulnerable”³, son iniciativas financiadas por la Unión Europea

¹ Proyectos comunitarios vinculados con la Orden de 23 de mayo de 2019 de la Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades de la Región de Murcia, por la que se convocan subvenciones a entidades locales de más de 20.000 habitantes, de ámbito urbano, de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para la financiación de dos Pactos de Desarrollo Local Participativo en el marco del Programa Operativo Regional de Fondo Social Europeo. Esta subvención se encuentra cofinanciada en un 10% por fondos propios y en un 90% por el FSE a través del Programa Operativo FSE 2014-2020. El importe total se divide en un pago por anualidad. Su plazo máximo de ejecución fue el 31 de diciembre de 2022 (Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades de la Región de Murcia, 2019).

² Proyectos comunitarios vinculados con la Orden de 7 de mayo de 2021 de la Consejería de Mujer, Igualdad, LGTBI, Familias y Política Social de la Región de Murcia, por la que se convocan subvenciones a entidades locales de más de 20.000 y hasta 60.000 habitantes de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para la financiación de la elaboración de un DLP en el marco del Programa Operativo Regional de Fondo Social Europeo. Estos proyectos se encuentran cofinanciados de la misma forma que los Pactos de Desarrollo Local Participativo y su financiación es plurianual. El plazo máximo de ejecución, teniendo en cuenta las ampliaciones fue el 31 de diciembre de 2022 (Consejería de Mujer, Igualdad, LGTBI, Familias y Política Social de la Región de Murcia, 2021).

³ Estos se regulan por el Decreto n.º 67/2022, de 2 de junio, concesión directa de subvenciones a Ayuntamientos y Mancomunidades de Servicios Sociales de la Región de Murcia para el desarrollo de «proyectos innovadores con entidades locales para la atención integral de población vulnerable», en el marco del Plan financiero de Recuperación, Transformación y Resiliencia del mecanismo de recuperación y resiliencia Next Generation EU”, pertenecientes a la línea 3 “Creación de espacios de cooperación entre los Servicios Sociales de Atención Primaria y otros sistemas de protección social e iniciativa social

que persiguen el desarrollo de proyectos “pilotos” con el fin de promover la innovación en el ámbito de los servicios sociales de atención primaria/comunitarios mediante la puesta en práctica de iniciativas novedosas, cuya evaluación posibilite la extracción de conclusiones para el conjunto del sistema y el intercambio de saberes y aprendizajes para orientar de forma idónea los procesos de modernización (Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades, 2022). Esta línea de actuación contribuye al alcance de los objetivos en la Ley 3/2021, de 29 de julio, de Servicios Sociales de la Región de Murcia (Ley 3/2021, 29 de julio).

En la Tabla 4 se presentan de manera sintética los proyectos comunitarios atendiendo a su ámbito de actuación, zona rural vs. urbana, tipología y habitantes potencialmente beneficiarios/as de los distintos proyectos.

Tabla 4. Caracterización de los proyectos comunitarios en la Región de Murcia

TÍTULO	ÁMBITO (1)		ZONA (2)		TIPO (3)	HAB. (4)
	L	B	R	U		
Proyecto Albura.	X			X	1	22.619
Más vida.	X		X		1	2.090
Constitución y organización de la Red de coordinación sociosanitaria e intervención social.	X			X	1	216.961
Tejiendo Barrio, Hilando Vidas.	X			X	1	35.298
Red de Empleo Comarcal Oriental.	X		X		1	44.629
Mueve Comarca Oriental.	X		X		1	11.578
Intervención comunitaria en el municipio.	X			X	1	20.656
Conéctate: Construyendo redes, haciendo caminos conectados.	X		X		1	5.619
Lorca – Plural.	X			X	1	97.151
Mesa de Acción Social.	X			X	1	74.762
Sinergias comunitarias para una plena ciudadanía.	X			X	1	462.979
Intervención desde el Trabajo en Red.		X		X	1	462.979
Tejiendo Redes, sumando sinergias en la Acción Social.	X			X	1	16.564
“Redisloriomula” Red de intervención social.	X			X	1	34.149
Red Dinamo: Proyecto Piloto de Trabajo en Red.	X			X	1	38.140
Red por la Inclusión Social.	X			X	1	21.980
Historias de Barrio		X		X	2	42.630
Súmate a tu barrio.		X		X	2	216.961
El barrio que quieres.		X		X	3	25.722
Todxs a una.		X		X	3	33.700
Tejiendo nuestro barrio.		X		X	3	26.596
Proceso comunitario de Totana.	X			X	3	32.329
TOTAL	16	6	4	17		1.266.287

(1) Ámbito: “L”: local y “B”: barrio.

(2) Zona: “1” Proyectos innovadores con entidades para la atención integral de la población vulnerable; “2” Pactos de Desarrollo Local Participativo y “3” Diagnóstico Local Participativo.

(3) Tipo: “R”: rural y “U”: urbana.

(4) Habitantes. potenciales beneficiarios/as de los proyectos atendiendo a los/as habitantes de las zonas (Centro Regional de Estadística de Murcia, 2023).

para potenciar el trabajo en red” (Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades, 2022). La financiación de los proyectos es de carácter plurianual, realizándose dos abonos de cuantía en 2022 y 2023. El período de ejecución es desde la fecha de publicación del mencionado Decreto hasta el 31 de diciembre de 2023.

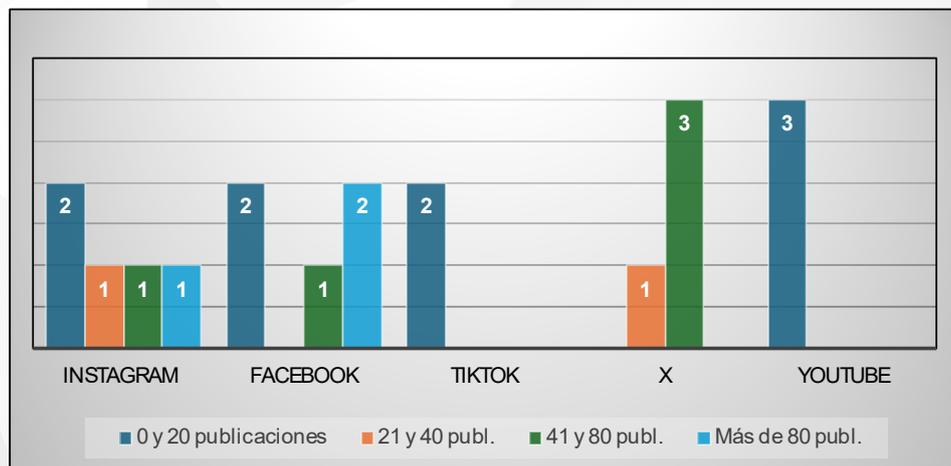
Como se observa en la Tabla 4, de los 22 proyectos, 16 (72,73%) son municipales y 6 (27,27%) barriales, 18 (81,81%) se enmarcan en zonas urbanas y 4 (18,18%) rurales. En cuanto a su tipología, 16 (72,73%) son proyectos innovadores; 4 (18,18%) Diagnósticos Locales Participativos y 2 (9,09%) Pactos Locales. Finalmente, respecto a los/as beneficiarios/as potenciales, el proyecto comunitario con una mayor población destinataria en cuanto a número de habitantes es "Sinergias comunitarias para una plena ciudadanía" (Murcia, 462.979 personas). En el caso opuesto, "Más vida" (Campos de Río, 2.009 personas).

4.2. ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL USO DE LAS REDES SOCIALES DE LOS PROYECTOS COMUNITARIOS

Con el fin de analizar el impacto del uso de redes sociales en los proyectos comunitarios más consolidados⁴, se presenta a continuación un análisis de las interacciones on-line a partir del contenido de las redes sociales/plataformas digitales, concretamente: Instagram, Facebook, X, Tiktok, Youtube y Web Online, recabados desde el inicio de los proyectos (2021 y 2022, según casos) hasta el 17/03/2023, atendiendo a las categorías siguientes: publicaciones; tipos de contenidos, vinculación con otras redes sociales y Plan de comunicación. Así como, el análisis de la información recabada mediante las entrevistas semiestructuradas y el grupo de discusión, siguiendo las siguientes categorías: Plan de comunicación interno; Plan de comunicación externo; fin/es del uso de redes sociales; alcance; participación, competencias; formación y propuestas de actuación.

- Publicaciones

Gráfico 1. Número de publicaciones en las redes sociales por proyectos



Instagram. En 2 (40%) proyectos se identifican entre 0 y 20 publicaciones. En 1 (20%) proyecto entre 21 y 40; en 1 (20%) entre 41 y 80 y finalmente en 1 (20%) se presenta el intervalo más elevado (más de 80 publicaciones), concretamente con 100 publicaciones. Este último proyecto coincide con el que dispone de una profesional especializada en la gestión de redes sociales.

⁴ Concretamente, en este aspecto, se analizan los proyectos que responden a la tipología de: "Pactos de Desarrollo Local" y "Diagnósticos Locales".

Facebook. En 2 (40%) presentan un intervalo entre 0 y 20 publicaciones y de más de 80 publicaciones en otros 2 (40%) proyectos. En 1 (20%) proyecto presenta entre 41 y 80.

Tiktok. En 1 (50%) proyecto tiene publicado entre 0 y 5 vídeos, mientras que en 1 de ellos (50%) tiene publicado entre 11 y 15 vídeos.

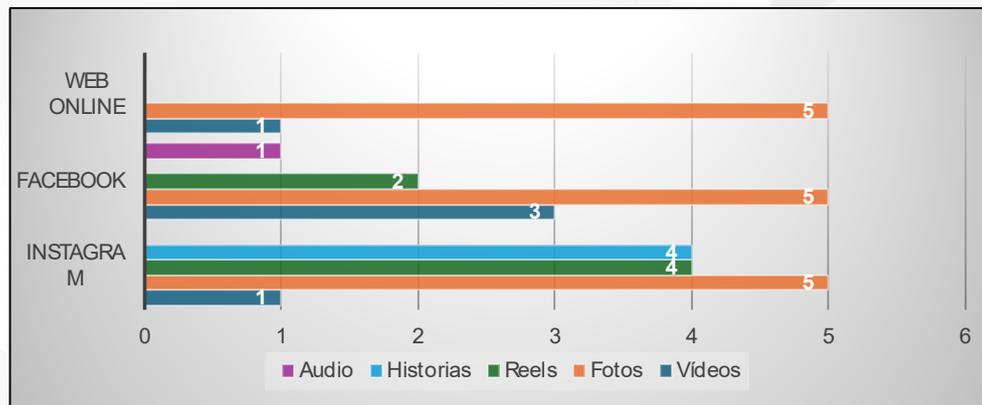
X. En 3 (75%) proyectos se identifican más de 40 tweets. En 1 (25%) proyecto tiene publicado entre 21 y 40 tweets. Entre los que más tweets presentan destaca el proyecto que tiene presencia de una profesional especialista con 321 tweets.

Youtube. En 2 (66.7%) proyectos se presentan más de 15 vídeos, entre los que se encuentra el proyecto que cuenta con una profesional experta en gestión de redes sociales. En 1 (33.3%) proyecto se observan entre 1 y 5 vídeos.

- Tipos de contenidos

A continuación, se muestra en el gráfico 2 el tipo de contenido (audio, historias, reels, fotos y vídeos) de las plataformas y/o redes sociales: Web Online, Facebook e Instagram. No se contemplan redes como X, Tiktok y Youtube debido a que X presenta otro formato de publicación y en Tiktok y Youtube no cabe la opción a publicar diferente tipo de contenido, ya que el único formato permitido es vídeo.

Gráfico 2. Tipo de contenidos en redes sociales



Instagram. En 5 (100%) proyectos existen publicadas fotos. A continuación, les siguen los reels y las historias de Instagram que tienen presencia ambas en 4 (80%) proyectos. Únicamente 1 (20%) proyecto presenta en forma de publicación vídeos en Instagram, coincidiendo éste en el que hay presencia de una Community Manager.

Facebook. En 5 (100%) proyectos existen publicadas fotos. En 3 (60%) existen vídeos y únicamente en 1 (20%) dispone de una publicación de audio. Este es el proyecto comunitario que ha contado con una fuerte campaña de difusión denominada: "¿Y a ti qué te importa?".

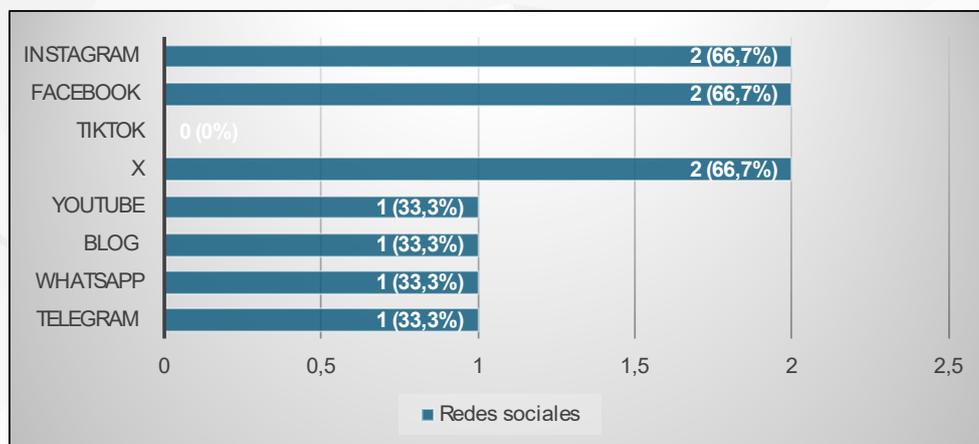
X. En este caso particular, se analiza si en las cuentas de X de los proyectos comunitarios existe mayor número de tweets propios o de retweets de otras cuentas. Concretamente 3 (75%) proyectos tienen un mayor número de publicaciones propias en X que de retweets de otras páginas, frente a 1 (25%) proyecto donde sí es más elevado el número de retweets. En él, se retwitea bastante información relevante para la comunidad de diversas cuentas que tienen relación directa con el proyecto.

Web Online. En 5 (83.3%) proyectos tienen “colgadas” fotografías, siendo en su mayoría imágenes de ciudadanos/as y agentes sociales realizando actividades y talleres. En 1 (20%) proyecto se observan fotos y vídeos, coincidiendo con la campaña en formato vídeo del proyecto “¿Y a ti qué te importa?” realizada a través de múltiples redes sociales.

- Vinculación con otras redes sociales

Web Online. En 3 (75%) proyectos existen links que redirigen a otras redes sociales, mientras que en 1 (25%) no dispone de links que redirijan a otras redes sociales. Existen 2 proyectos que no cuentan con Web Online exclusiva del proyecto, sino que se encuentran inmersos en la web de sus correspondientes Ayuntamientos.

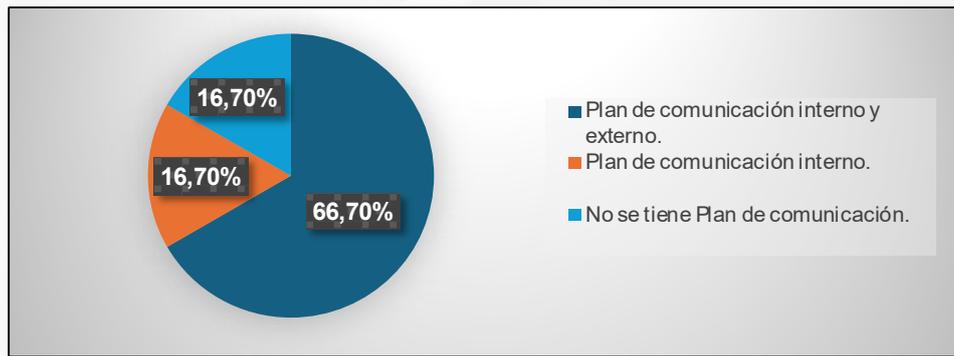
Gráfico 3. Redes sociales a las que se redirige desde las webs online de los proyectos



Respecto al gráfico 3, se redirige desde la web a las redes sociales de Instagram, Facebook, X y Youtube, todas ellas en 2 (50%) proyectos. Además, desde la web se redirige a Youtube, blog con noticias acompañadas de fotografías, WhatsApp y Telegram, todas ellas en 1 (25%) proyecto. Sólo existe 1 (25%) proyecto comunitario que presente en su Web Online links hacia todas sus redes sociales y plataformas digitales, inclusive Telegram.

- Plan de Comunicación

Respecto al plan de comunicación interno y externo, según se observa en el gráfico 4, en 4 (66,7%) proyectos se ha elaborado un Plan de comunicación interno y externo. En 1 (16,7%) proyecto se ha elaborado únicamente un Plan de comunicación interno y en otro (16,7%) no se dispone Plan de comunicación interno ni externo. Estos datos reflejan que la mayoría de ellos presentan un Plan de comunicación, excepto uno, argumentando ser por falta de tiempo.

Gráfico 4. Plan de comunicación interno y externo

- Plan de comunicación interno

En la mayoría de los proyectos comunitarios existe un único Plan de comunicación que engloba aspectos de comunicación interna y externa, excepto en dos.

“el Plan de Comunicación interna y Comunicación externa se juntan”. (G1.A4)

“[...] En principio sí, hay un apartado en el que se habla de cómo vamos a actuar de manera interna y otro de manera externa [...]”. (H3.O1)

La mayoría de los proyectos coinciden en señalar la importancia de un Plan de Comunicación como elemento que sirva de base para saber hacia “dónde se va, cómo se quiere comunicar y de qué manera”. La elaboración de ese Plan de comunicación, tanto interno como externo, similar a una hoja de ruta que guíe sobre cómo enfocar la comunicación durante todo el proceso. Se afirma, además, que este Plan debe ser flexible y moldeable, ya que conforme se va avanzando en el proceso se pueden suceder modificaciones.

“Es básico del proyecto el tener un Plan, tener un objetivo, tener una hoja de ruta, hacia dónde queremos ir... Tiene que existir una comunicación externa e interna y tiene que estar planificada”. (G1.A2)

Se afirma que la falta de recursos tanto financieros como humanos han sido un impedimento para la elaboración de este Plan de Comunicación:

“En estos proyectos fundamentalmente no se ha hecho Plan de Comunicación en realidad casi que diría por falta de recursos y ya no solo de presupuesto, con menos personas trabajando en el proyecto y además con personas trabajando a jornada parcial”. (H2.I1)

Todos los proyectos reflejan que son conscientes de la importancia de la comunicación, tanto a nivel interno como externo de manera bidireccional, es decir, transmitiendo información hacia la comunidad, pero también escuchándola.

“Tienen la misma importancia tanto el Plan de comunicación interno como externo porque dentro del propio equipo necesitamos no solamente recabar información sino escuchar a la población que es básico porque es muy necesario”. (H1.E1)

Destaca la importancia del proceso comunitario más allá de los resultados, que este proceso se base en la igualdad de oportunidades, participación, escucha e inclusión de todos/as los/as actores sociales de la comunidad:

“[...] Si tienen mucha importancia, que haya buena relación entre las personas, que haya igualdad de oportunidad, también que la gente confíe en el proceso [...]”. (H4.O1)

Es relevante la colaboración y coordinación de y con los ayuntamientos para poder desarrollar acciones de comunicación y que lleguen a toda la población objeto. No todos los proyectos comunitarios han contado con la colaboración del ayuntamiento:

“[...] Pero aquí entra otro elemento más y es el ayuntamiento, porque yo puedo creer que esto es fundamental...Pero si los ayuntamientos adentro no tienen un compromiso institucional y una voluntad de poder apoyar estos procesos, no se dan”. (C1)

- Plan de comunicación externo

Todos los proyectos poseen un Plan de Comunicación en el que convergen acciones de comunicación internas y externas, pero no existen dos planes diferenciados, como ya se justifica en el apartado anterior.

El universo de los proyectos reconoce la importancia de tener en cuenta la comunicación interna y externa en los proyectos:

“[...] si los de dentro no están informados, los de fuera lo van a estar menos [...]”. (H3.O1)

El universo de personas entrevistadas coincide en señalar que es fundamental que la información llegue a la comunidad, porque es desde ella y con ella desde donde se debe ir diseñando todo lo que se quiere comunicar teniendo en cuenta que todos y todas, independientemente de su nacionalidad, origen o lengua deben comprender lo que se quiere comunicar:

“ [...]pensamos en la gente invidente, en la gente que es sorda, la gente que no ve nada, los colores empleadosque la información que sea un lenguaje para todo el mundo [...]”. (H3.O1)

- Fin/es del uso de redes sociales

La mayoría de las personas entrevistadas coinciden en señalar que el uso de las redes sociales ha introducido mejoras en la dinámica interna del proyecto, excepto una que difiere de dicha opinión, debido a las dificultades y obstáculos a los que se han tenido que enfrentar en materia de comunicación. Uno de ellos es la falta de colaboración del ayuntamiento.

“No. Porque ya digo que no ha sido un vehículo digamos diario de comunicación, se ha utilizado de forma puntual para la difusión de determinadas actividades, pero bueno realmente no, por ejemplo, incluso se ha utilizado para lo que es dar cuentas de una actividad hecha”. (G2.B1)

Estos son los aspectos que el uso de las redes sociales ha introducido en la dinámica interna de los proyectos comunitarios: la facilitación de las inscripciones a las actividades vía WhatsApp;

la facilitación e inmediatez de la comunicación con las distintas personas del equipo interno, diversas entidades locales, ayuntamiento y también con otros Pactos Locales y Diagnósticos Locales Participativos mediante WhatsApp y/o el correo electrónico; creación de una red entre los municipios para compartir conocimientos y dar difusión a todo lo que se va haciendo; la rendición de cuentas de actividades hechas; el conocimiento de la opinión de la comunidad mediante el feedback positivo y negativo a través de redes sociales y creación de un archivo y/o memoria de lo que se ha ido realizando en el territorio.

“[...] la gente también comenta, gente que a lo mejor no puedes hablar bueno pues te comento por las redes sociales, te da un feedback positivo o negativo, hay de todo pero; yo creo que las redes sociales no sé, son bastante útiles en cuanto al archivo, a la memoria de lo que hemos ido haciendo [...]”. (H3.O1)

Respecto a las dinámicas externas, en todos los proyectos comunitarios el uso de las redes sociales ha introducido mejoras en la dinámica externa, excepto en uno por falta de recursos humanos, falta de habilitación de los escasos medios que tenían y la priorización de otras acciones en vez de la comunicación.

“[...] las circunstancias del proyecto no han posibilitado el poder dedicarle a la comunicación, ya te digo que por muchos factores. Se han priorizado otra serie de circunstancias como han sido el diseño de las actuaciones o puesta en marcha de las actuaciones, se han priorizado esos elementos a la parte de difusión o información de las actividades que se estaban haciendo en el proyecto”. (G2.B1)

Las mejoras que manifiestan haber introducido el uso de las redes sociales en las dinámicas externas del proyectos comunitarios son: mayor implicación y participación de la comunidad; la facilitación de la comunicación con los propios vecinos y vecinas; han sido nexo de unión entre el proyecto y la comunidad de vecinos/as; mayor alcance en el sentido de superar fronteras a nivel local y que se difunda a nivel regional, nacional e internacional; han contribuido a la eliminación de los prejuicios y estereotipos gracias a la difusión por redes sociales de la verdadera realidad de los territorios; han contribuido a la publicidad y mayor difusión de las actividades, objetivos, misión de los proyectos comunitarios; ser un ejemplo de buenas prácticas para otras localidades; la mejora del proyecto en el sentido de reconocimiento y mayor visibilidad.

“[...] en cuanto a llegar incluso a gente que no vive en el municipio, ser un ejemplo de buenas prácticas para otras localidades de otros territorios. Las redes sociales mejoran el proyecto en muchos aspectos de reconocimiento, de un ejemplo a seguir, de ver que es una población pues que está implicada [...]”. (H3.O1)

Aunque dos de los/as entrevistados/as coinciden en señalar que en su caso particular el “boca a boca” y la presencia de una mediadora intercultural ha sido lo más eficiente en cuanto a la comunicación con los vecinos debido a las características sociodemográficas de la población.

“[...] Así que sí que facilitan, pero siempre con la base persona a persona que era lo que en la zona tanto por la edad de los residentes como por sus características y su idiosincrasia era lo que más nos funcionaba”. (H1.E1)

- Alcance

Todos/as los/as entrevistados/as coinciden en señalar que las acciones de difusión se centran a nivel local ya que lo que interesa es conocer las necesidades, demandas y potencialidades de un territorio concreto para poder realizar en algunos casos el Diagnóstico Local Participativo. En otros proyectos comunitarios las acciones se enfocan también a nivel regional, nacional e incluso internacional.

“[...]Pero si no hubiésemos utilizado las redes sociales creo que a nivel local de toda la población y a nivel regional no hubiésemos podido tener ese alcance”. (H4.U1)

Se considera que el factor económico es un aspecto fundamental a la hora de desarrollar las acciones comunicativas de los proyectos. Concretamente en cuanto al tiempo a dedicar en la comunicación; a poder contar con un equipo más amplio de profesionales; a la posibilidad de contratar a una persona experta en gestión de redes sociales; mayor captación de los participantes y en cuanto a la elaboración de contenido y materiales utilizados para dar una mayor difusión y visibilidad como los vídeos profesionales, monografías, Web Serie y un PosdCast, entre otros.

“[...] pero sí que tiene repercusión el factor económico y que al final pues sería muy difícil que el proyecto se hiciera cada vez más grande y más grande y consiguiera mejores resultados si la gente del barrio no supiera todo lo que se hace dentro [...]”. (G1.A4)

Algunos/as de los/as entrevistados/as coinciden en señalar que el factor económico no es lo más importante y este no debe ser un obstáculo o barrera para no realizar acciones de difusión. Siendo más relevante la innovación y creatividad para poder ser más eficiente y conseguir alcanzar los objetivos con los recursos disponibles.

“Es importante el factor económico, pero no es lo más importante. Hoy en día hay multitud de herramientas que de manera gratuita se pueden utilizar y con conocimiento y con creatividad [...]”. (H4.U1)

Los/as entrevistados/as coinciden en señalar tanto en las entrevistas como en el grupo focal realizados, que el uso de las redes sociales, de lo digital, debe ir acompañado de lo presencial. Ambos deben ser complementarios con el objetivo de llegar a toda la población y que el hecho de no tener presencia en alguna red social no sea un impedimento para que se reciba la información. Igualmente, se considera que la población destinataria siempre se debe de tener en cuenta a la hora de diseñar y establecer las estrategias comunicativas y de difusión.

“[...] Tiene que ir de la mano el boca a boca y la utilización de lo digital, sobre todo hay que tener en cuenta que son personas de la tercera edad, la mayoría de las personas residentes de la zona, tienen su móvil, muchos de ellos no entienden el WhatsApp, entonces las redes sociales saben que existen pero no las conocen”. (H1.E1)

“[...] El uso de las redes sociales es un elemento que puede ayudar a la difusión y contribuir al buen funcionamiento de proyectos, pero no podemos dar por hecho que toda la población accede a las nuevas tecnologías, ni podemos obviar otros aspectos importantes de la intervención. La dinamización y la creación de tejido comunitario precisan del trabajo en el territorio, en contacto directo con la población objeto”. (G2.B1)

La mayoría de los/as entrevistados/as coincide en manifestar que el proyecto comunitario no hubiese tenido el mismo alcance sin la presencia/uso de las redes sociales debido a que ayudan a que: la gente conozca el proyecto y lo que se va organizando; ayudan a acercarse a la comunidad; compartir conocimientos; dar difusión de todo lo que se va haciendo; acercarse más a los jóvenes y a captar participantes para la realización de las distintas actividades. Subrayan la importancia de dar visibilidad a los proyectos a través de las redes sociales porque “todo lo que no se ve, no existe”.

“No, no hubiese tenido el mismo alcance porque lo que no se ve no existe, lo que no se menciona no [...]”. (H3.O1)

Algunas de las personas entrevistadas señalan que creen que el alcance hubiese sido muy similar debido a las características sociodemográficas de los habitantes del territorio y a la ya establecida red de trabajo que ha sido un gran aliciente para la difusión de las actividades entre todas las entidades que la conforman y con ello, la participación de la comunidad.

“creo que hubiera tenido un alcance muy parecido o sea, ni siquiera termino de saber [...]”. (H2.I1)

- Participación

La mayoría de los/as entrevistados/as coincide en señalar que la participación de los vecinos/as no hubiese sido la misma sin la existencia de las plataformas digitales. Las redes sociales han permitido: un acercamiento a la comunidad mediante la creación de vídeos sobre el día a día del barrio; la amplificación del efecto llamada; la difusión inmediata de la información a todos los informantes clave y la generación de una mayor confianza y veracidad debido a que toda la población puede comprobar que la información que se transmite se hace desde medios de comunicación fiables como pueden ser las redes sociales de los proyectos, la prensa, radio, entre otros.

“[...] Los vídeos han sido una de las acciones comunicativas que han removido más a las personas que los han visualizado porque el hecho de mostrar a las personas que forman parte del proyecto ha hecho que se despierte mucho la curiosidad”. (G1.A2)

Algunos/as de los/as entrevistados/as coinciden en señalar que la presencia o no en redes sociales no ha sido determinante en la participación de la población porque las vías de llegar a la población han sido otras. En un caso, ha sido gracias a la red de trabajo establecida con Servicios Sociales Municipales y entidades del territorio por proyectos anteriores que se han desarrollado, lo que facilita ese acercamiento a la población destinataria. Y en otro caso, gracias a la presencia de una mediadora intercultural que es la que ha permitido el acercamiento a la comunidad, ya que los/as destinatarios/as en su mayoría eran de origen magrebí. Por ello, se insiste en tener presente a la hora de diseñar las estrategias comunicativas a la población destinataria.

“[...] el tener una mediadora intercultural de origen magrebí ha sido fundamental, o sea, la población magrebí que ha participado muchísimo en el proyecto y además creo que es algo que nos diferencia de otros proyectos porque creo que por el proyecto han

pasado en torno a 60 o 70 personas de origen magrebí cosa que no es habitual y ha sido gracias a eso". (H2.I1)

El medio por excelencia a través del cual se considera que ha llegado la información de una forma más clara, directa y de manera más eficaz y eficiente ha sido WhatsApp. A esta le sigue Facebook, el "boca a boca" y la prensa. Se manifiesta que el hecho de que los/as propios/as responsables de los proyectos residan en la zona de intervención es un factor que facilita mucho el fomento de la participación porque ellos/as mismos/as difunden y animan a sus contactos a participar, por ejemplo a través de WhatsApp.

"Pues por su uso, difusión, sencillez e incluso siendo personas mayores, el WhatsApp". (H1.E1)

"[...]la red social que más utilizan es el WhatsApp y a continuación, el Facebook en la zona de intervención". (H4.U1)

- Competencias

Se considera la apertura de las redes sociales no ha sido dificultoso en la mayoría de los proyectos, ya que son utilizadas previamente por la mayoría de los/as entrevistados/as de forma personal. Sin embargo, algunos/as manifiestan la dificultad en su apertura por los siguientes motivos: la no utilización previa de las redes sociales de forma personal; la selección de modalidad de empresa al abrir la cuenta en Instagram y la falta de colaboración del ayuntamiento.

"[...] no pero el Instagram no sé qué nos pasó que no fue fácil [...] ". (H3.O1)

Se considera que toda acción del proyecto se ha realizado de manera conjunta entre el equipo técnico, pero todos y todas coinciden en que la presencia de un/a profesional experto/a en redes sociales es de gran utilidad, no solo por el mayor alcance que hubiese tenido el proyecto sino por la descarga en el volumen de tareas de trabajo.

"[...] para eso tiene que haber para cada campo una persona que se encargue de eso y que tenga la formación y la experiencia en ese ámbito". (G1.A1)

"[...] Que nos hubiese sido de más ayuda el poder contar con una persona pues sí, nos hubiera liberado de carga de trabajo [...]". (H4.U1)

Algunos/as de los/as entrevistados/as manifiesta que no se planteó la contratación de un/a profesional experto/a en redes sociales por: limitación en el presupuesto o por haber seleccionado otra opción, como una empresa que hiciese esas tareas y por preferir la contratación de perfiles interdisciplinarios que tuviesen integrados esa visión social en el trabajo comunitario y que transmitiesen directamente desde ese prisma la información a los/as ciudadanos/as mediante las redes sociales.

"[...] Nosotros buscamos perfiles interdisciplinarios, el tener dos conocimientos dentro del equipo nos ha facilitado el trabajo muchísimo porque cuando hemos tenido que trasladar a otras personas externas otras cosas pues nos ha costado muchísimo". (H4.I1)

- Formación

Algunos/as de los/as entrevistados/as sí que consideran oportuno se dé una mínima formación al personal técnico sobre el uso de redes sociales, aunque otros consideran que sería más conveniente formación para: saber cómo comunicar; saber cómo transmitir la información; sensibilizar a las partes implicadas para que sean conscientes de la importancia que tiene la comunicación en los proyectos comunitarios y transmitir información en el código de lo social, entre otros.

“Sí totalmente, para poder transmitir y comunicar a través de ellas... sería necesaria la formación al personal técnico y responsables [...]”. (H4.U1)

Sin embargo, otros/as de los/as de los entrevistados/as consideran que la gestión de redes sociales no debe ser otra tarea a desempeñar por los profesionales del campo de lo social, sino que debe existir un/a profesional experto/a en esta área que sea el que se encargue de ello. Se señala que la formación de un profesional del ámbito de lo social no debe suplir la presencia de un/a profesional experto/a en gestión y manejo en redes sociales.

“[...] sí que considero que lo que no se puede hacer es pedir a profesionales de otro ámbito como pueden ser profesionales del ámbito social”. (G2.B1).

“En el sentido que un curso de formación que sería súper bueno y súper positivo para todos no sustituya la contratación de una persona que es profesional de redes sociales”. (G1.A4)

Se plantean como sugerencias de formación: que el/la propio/a profesional experto/a en redes sociales sea quien ofrezca formación al resto de responsables y equipo técnico del proyecto y la creación de un espacio de intercambio de experiencias como las jornadas que se realizaron sobre los Diagnósticos Locales Participativos y Pactos Locales.

“[...] Estaría bien un espacio de intercambio de experiencias como tipo las jornadas pero enfocadas solamente a la comunicación, comentar cada proyecto, las experiencias que han tenido y de allí seguro que salen cosas súper guay”. (G1.A4)

- Propuestas de actuación

Algunas propuestas que se plantean para la mejora de la comunicación a nivel interno son: contar con la presencia de un profesional experto en comunicación, gestión y manejo de redes sociales; tener una adecuada planificación para evitar el estrés producido a causa de no cumplir los objetivos marcados; contar con adecuados recursos materiales a disposición de los técnicos y responsables y mejorar la comunicación interna con el ayuntamiento tratando de crear una red a través de la cual se de difusión a las acciones a nivel interno.

“[...] en el sentido de que todas las personas que participen entiendan de la importancia de la comunicación no se tenga que estar recordando[...]”. (G1.A2)

Algunas propuestas que se plantean para la mejora de la comunicación a nivel externo son: tratar de que todos y todas los/as actores sociales implicados/as en el proyecto disfruten del proceso; la creación de la imagen del proyecto con su particular significado; la facilitación de recursos para que las personas puedan acceder desde los centros sociales gratuitamente a

internet y equipos informáticos; la unión y creación de redes entre las diversas entidades de los territorios para la consecución de objetivos y la elaboración de estrategias de comunicación junto con los/as propios/as vecinos/as de la zona.

“[...] elaborar las estrategias de comunicación con los propios vecinos y vecinas del municipio, crearía una comisión municipal de comunicación con los vecinos y vecinas [...]”. (H3.O1)

En definitiva, estos resultados se podrían sintetizar en lo siguiente:

En cuanto a la tipología y caracterización, los proyectos vinculados con Servicios Sociales municipales, cofinanciados por el FSE y circunscritos a la región de Murcia abarcan el 84% del total (1.200.000 habitantes aproximadamente). Esta significativa presencia se traduce en la mejora y transformación de gran parte de los municipios de la región, mediante la acción comunitaria y el establecimiento de redes de trabajo que permiten aunar esfuerzos y convertir las intervenciones en más eficaces, eficientes y de mayor calidad. Del mismo modo, se desarrollan en su mayoría (81,81%) sobre ámbito urbano coincidiendo con la presencia de un mayor número de habitantes y, por tanto, al ser proyectos territoriales, ser estos potenciales destinatarios/as directos/as e indirectos/as. También, destaca la presencia significativa en cuanto a tipología de proyectos innovadores, los cuales persiguen la mejora de la calidad de vida de los habitantes de los diferentes municipios, con especial atención a los colectivos vulnerables.

Respecto al impacto del uso de las redes sociales en los proyectos comunitarios consolidados, se concluye que su utilización tiene un impacto positivo al convertirse en un espacio comunitario virtual que dota de mayor visibilidad y difusión a las acciones. Se reconoce que la comunicación es un elemento esencial en los proyectos comunitarios, de ahí que sea necesario la elaboración de un Plan de comunicación interno y externo. Igualmente, señalan que el uso de redes sociales ha reportado mejoras sustanciales en la dinámica interna como externa. De igual modo, la disponibilidad de recursos financieros (proporcionados por Fondos Europeos y la Comunidad Autónoma), se considera relevante al contribuir a invertir en publicidad de redes sociales, contratar profesional especializado/a, entre otras. Por otra parte, la utilización de las redes sociales produce un aumento de la participación pues se suma a los medios tradicionales con los que difundir y dar a conocer procesos, tareas y resultados. Se considera que debe existir colaboración entre las diversas entidades, ciudadanos/as, organizaciones organizadas y no organizadas para conseguir un mayor alcance en los contenidos publicados. También, se valora que las tareas y cuestiones de la gestión y manejo de redes sociales deben realizarse por un/a profesional experto/a en las mismas y no recaer sobre los/as propios/as técnicos/as del ámbito de lo social que se encuentran con múltiples responsabilidades y el desconocimiento (experto) en materia de redes sociales.

De forma específica, la red social que mayor contenido en número de publicaciones presenta es X y a continuación, Instagram. En cuanto al tipo de contenido, la mayoría se realizan en formato de fotografía. Las publicaciones se convierten en un archivo histórico de todo lo realizado y un medio transparente y democrático donde cada ciudadano/a puede ofrecer feedback (positivo y negativo) mediante la opción de “comentarios”, entre otras evidencias. Se observa que en más de la mitad de los proyectos existe vinculación entre todas las redes sociales: Instagram, Facebook, X, Tiktok y/o Youtube mediante links en la página web de cada proyecto. Ello evidencia

que el espacio comunitario digital es esencial para extrapolar valores propios de la intervención comunitaria como son la colaboración, cooperación y apoyo mutuo entre los actores colectivos.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

5.1. DISCUSIÓN

Como se ha podido constatar de la investigación presentada, la intervención comunitaria con el uso de las TICs facilita la comunicación para conectar en torno a un interés común a personas transculturalmente diferentes, en un entorno caracterizado por la superdiversidad (López *et al.*, 2022a). El acceso y uso de Internet ha traído nuevas oportunidades y formas de participación ciudadana que buscan responder a las nuevas dinámicas sociales, siendo necesario redefinir el activismo con la democracia digital como eje (Pastor-Seller & Herrera-Gutiérrez, 2023). Ello conduce a la ciudadanía a la preocupación por su empoderamiento, ampliando la propia participación (Gil, 2017; Taddeo, De-Frutos & Alvarado, 2022).

Estas oportunidades de participación en la sociedad digital permiten construir una ciudadanía digital mediante la realización de actividades cívicas en entornos digitales (Peña, Larrondo & Morales-i-Gras, 2023), tal y como se ha podido constatar. De esta forma el reto será impulsar la capacidad y uso de las Tecnologías de Infraestructura de Telecomunicaciones para planificar, organizar, realizar, difundir y/o transferir actividades comunitarias orientadas a la implicación de la ciudadanía en los proyectos comunitarios.

Las TICs están impactando, influyendo y entrecruzándose con la práctica del trabajo comunitario, lo que requerirá que los/as futuros/as profesionales desarrollen habilidades diferentes a las de generaciones anteriores, para lo que es necesario nuevos contenidos formativos (Pastor-Seller, 2022c; Minguíjon y Serrano, 2022).

Se evidencia que el trabajo con comunidades supone una vía para la recuperación, transformación, fortalecimiento de los territorios y reducción de las desigualdades (Pastor-Seller, 2015; Sarasola *et al.*, 2019). Así, según Avalle *et al.*, (2023) se trata de “construir una sociedad políticamente autónoma y democrática, social y éticamente respetuosa de los otros, y gestionada económicamente de modo justo y comunitario” (p.30). Esto lo denominan “Economía Popular Comunitaria (EPC)” debido a que está basada en la cooperación y colaboración de los diversos agentes sociales, entidades organizadas y no organizadas y el Estado para la construcción común de políticas públicas que tengan en cuenta otras vertientes como la social y medioambiental y no exclusivamente la económica y donde su eje central sea la autogestión. Es esencial que se dé la participación de la comunidad tanto en la implementación como en la gestión de las políticas para conseguir la recuperación de las soberanías populares (Morandeira *et al.*, 2023).

En coincidencia con otras investigaciones (Pastor-Seller, 2017, 2021a), la mayoría de los proyectos persiguen el objetivo de realizar las oportunas transformaciones para que los Servicios Sociales municipales se adapten a las nuevas necesidades que demandan los/as ciudadanos/as. En esta línea los Servicios Sociales son “dispositivos a los que se le asigna el encargo de mejorar la calidad de vida de la ciudadanía” (Jaraíz, 2012, p.114), siendo esta la finalidad

que persiguen el universo de proyectos innovadores vinculados con los Servicios Sociales municipales que se analizan.

Como se constata, los proyectos comunitarios coinciden en fomentar la participación e implicación de los/as ciudadanos/as mediante procesos de investigación- acción- participativa, entendidos como un “proceso secuencial, deliberativo y circular de planificación/acción/obtención de información sobre la acción desarrollada” (Pastor-Seller, 2013, p. 145) para que ellos/as mismos/as, como sujetos de la intervención, transformen sus territorios (Martínez, 2017).

En referencia a las aportaciones, según Jankowski (2002), todos los rasgos específicos que caracterizan a los medios comunitarios (redes sociales) coinciden con los resultados derivados de la investigación, a excepción de uno de ellos, concretamente, el modo de producción. El universo de los proyectos estudiados coincide en afirmar que es conveniente y eficaz la contratación de una persona experta profesional en gestión y manejo de redes sociales ya que aparte de tener los conocimientos apropiados y necesarios para desarrollar de la mejor manera posible esta labor, significa una menor carga de trabajo para el resto de profesionales del proyecto.

Los resultados que se obtienen evidencian que la utilización de las redes sociales produce un aumento de la participación, en coincidencia con otras investigaciones (López y Marcuello, 2018). Son un medio más para difundir y dar a conocer los proyectos comunitarios. La red social más utilizada es Facebook, herramienta que permite la divulgación y difusión de la información (Fernandes-de-Oliveira *et al.*, 2023). También, facilitan la eliminación de los estigmas mediante la divulgación de la verdadera realidad de la zona y el testimonio en primera persona de los/as actores sociales (Martínez *et al.*, 2023; Rivera *et al.*, 2022). Además, las redes se caracterizan por compartir principios con el trabajo comunitario como: apoyo mutuo, participación, transparencia y colaboración. Las Tecnologías de Infraestructura de Telecomunicaciones facilitan la transparencia, la rendición de cuentas y la democratización de los procesos y resultados (Arévalo y Negrete, 2022; Suing *et al.*, 2022). Coincidiendo con lo que afirman Castillo de Mesa *et al.*, (2021), ya no sólo basta con tener presencia en las redes sociales, sino que se debe planificar la comunicación a través de la puesta en común de acciones y estrategias, para alcanzar los objetivos previstos. Ello se encuentra vinculado con la importancia de la existencia de un Plan de Comunicación interno y externo, que responda a interrogantes clave: ¿cómo voy a comunicar?, ¿de qué manera transmitiré la información?, ¿a quién la voy a transmitir?, entre otros. De esta forma, se dispondrá de una planificación de las acciones de comunicación y difusión a realizar durante los procesos de intervención comunitaria. Teniendo en cuenta que cada red social está caracterizada por un público objetivo concreto y una predominancia de contenidos con diferentes finalidades (Lozano *et al.*, 2023).

Finalmente, se observa la existencia de una correlación clara entre la cantidad de recursos humanos y la actividad e interacción en redes sociales. Los proyectos que disponen de un mayor número de personal y tiempo/dedicación, generan mayor actividad en las redes sociales, lo que deriva en el aumento de todas las interacciones en general. Como se puede corroborar con los resultados obtenidos, existe un proyecto comunitario que destaca en la cantidad de contenido producido lo que se traduce en mayor número de publicaciones en todas las redes sociales. Este proyecto comunitario coincide en ser el único que ha contado con una profesional experta en la gestión y manejo de redes sociales.

5.2. CONCLUSIONES

La caracterización del universo de proyectos comunitarios (22) vinculados con los Servicios Sociales municipales cofinanciados por el FSE ha permitido conocer las diferencias y similitudes entre la variedad tipológica de los proyectos y disponer de un mapa del trabajo comunitario realizado en barrios y zonas en situación de vulnerabilidad y/o exclusión en la región de Murcia en el período de 2021 a 2023. Su análisis ha contribuido a identificar los aspectos que favorecen renovar las estructuras y los elementos que facilitan tejer nuevas redes en busca de la eficacia y eficiencia de los Servicios Sociales municipales, entendidos como puerta de entrada para la cobertura de necesidades y aspiraciones ciudadanas.

El análisis del impacto en el uso de las redes sociales por parte de los proyectos comunitarios del universo de Pactos de Desarrollo Local Participativo y Diagnóstico Local Participativo, evidencia la clara correlación entre una mayor visibilidad y difusión de los proyectos comunitarios con la presencia y uso de medios/plataformas digitales. Las redes sociales deben constituir el medio a través del cual fomentar la transparencia y carácter democratizador que debe imperar en el desarrollo de toda acción comunitaria. Para que se dé una adecuada comunicación, tanto interna (estructura/dinámica organizativa) como externa (proyección ciudadana), presencial o digital, es de vital importancia el establecimiento de un Plan de comunicación interno y externo. Estos conformarán la estrategia ("hoja de ruta"), que guiará todo el proceso de comunicación bidireccional que tiene lugar en/con/para la comunidad. También, cobra especial relevancia el feedback (positivo y/o negativo) ya que aporta información relevante a tener en cuenta en los procesos comunitarios. Del mismo modo, se constata que la presencia en redes sociales aumenta la visibilidad de las acciones realizadas, aunque esta presencia en redes sociales debe ir siempre acompañada de lo presencial, para garantizar la accesibilidad de la información a toda la ciudadanía. La investigación identifica con claridad la importancia de disponer de recursos económicos, materiales y técnicos suficientes para impulsar la comunidad virtual con vecinos/as.

Finalmente, se pueden sintetizar tres aspectos clave en los que impactan favorablemente el uso de las redes sociales en los proyectos comunitarios: 1) El sentimiento de pertenencia de la ciudadanía como esa parte del todo (comunidad/territorio) que deriva en su involucramiento e implicación directa en todas las actividades y acciones desarrolladas durante el proceso comunitario participativo. Este sentimiento de pertenencia lo expresan a través de las diversas redes sociales mediante videos donde aparecen los/as verdaderos/as protagonistas del territorio narrando en primera persona cómo se vive en su comunidad y sus sentimientos respecto de su participación en procesos y tareas. 2) La identificación con la comunidad y sus vecinos/as, al sentirse partícipes de forma igualitaria y horizontal con "el otro" y su barrio. En las redes sociales se puede observar cómo la comunidad une esfuerzos y crea sinergias que fomentan el compartir las publicaciones y contenidos de las distintas redes sociales entre todos/as los/as vecinos/as. 3) La des-estigmatización de las zonas urbanas desfavorecidas, como uno de los fines principales que se consiguen mediante el uso de las redes sociales. En ellas se muestra fielmente la realidad y día a día de los/as vecinos/as logrando que el conjunto de los/as ciudadanos/as de una determinada localidad pueda comprender cómo viven los habitantes de un barrio "estigmatizado" determinado.

6. REFERENCIAS

- Andrade, L., Iriarte, M., Rivera, D., & Yunga, D. (2021). Young people and social networks: Between the democratization of knowledge and digital inequality. [Jóvenes y redes sociales: Entre la democratización del conocimiento y la inequidad digital]. *Comunicar*, 69, 85-95. <https://doi.org/10.3916/C69-2021-07>
- Arévalo, R. I., & Negrete, K. B. (2022). El Gobierno Abierto en México y la evolución de la rendición de cuentas. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 13(2), 31-41. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.22107>
- Avalle, G., Ferrero, M. M., & Hernández Bertone, J. (2023). El barrio como simiente de economía popular y comunitaria: Protagonismo de “los peores” en las políticas de Integración Socio Urbana en Argentina. *Prisma Social*, (42), 27–50. Recuperado a partir de <https://revistaprismasocial.es/article/view/5133>
- Berasaluze, A., Epelde, M., Ariño, M., & Ovejas, R. (2022). ¿Cómo abordar dificultades del trabajo social en los servicios sociales? Una Investigación-Acción- Participación (IAP) sustentada en la supervisión. *Alternativas. Cuadernos De Trabajo Social*, 29(2), 259–281. <https://doi.org/10.14198/ALTERN.20849>
- Castillo de Mesa, J. (2018). Redes sociales online para la intervención social. *Revista de Servicios Sociales y Política Social*, 35 (118), 11-24.
- Castillo de Mesa, J. (2021). El análisis de redes sociales como instrumento del Trabajo Social frente a la COVID-19. *Comunitania*, 21, 36-57. [10.5944/comunitania.21.12](https://doi.org/10.5944/comunitania.21.12)
- Castillo de Mesa, J., López, A., Méndez, P. y Kirwan, G. (2022). Comunicación digital de los Colegios de Trabajo social en España en las redes sociales online: ¿Coalición, jerarquización o aislamiento?. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 178, 39-60. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.178.39>
- Castillo de Mesa, J., Marcuello, C., López, A. y Méndez, P. (2021). Social Work and Digital Activism: Sorority, Intersectionality, Homophily and Polarisation in #MeToo. *Alternativas. Cuadernos de Trabajo Social*, 28(2), 351-375. <https://doi.org/10.14198/ALTERN2021.28.2.09>
- Centro Regional de Estadística de Murcia (28 de diciembre de 2022). *Población a 1 de enero según municipios y sexo*. Recuperado de https://econet.carm.es/inicio/-/crem/sicrem/PUpadron/cifof10/sec1_c1.html
- Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades (2019). Orden de 23 de mayo de 2019, por la que se convocan subvenciones a entidades locales de más de 20.000 habitantes, de ámbito urbano, de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para la financiación de dos Pactos de Desarrollo Local Participativo en el marco del Programa Operativo Regional de Fondo Social Europeo. *Boletín Oficial de la Región de Murcia*, n° 120, de 27 de mayo de 2019, pp. 21574-21579.
- Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades (2022). *Proyectos innovadores con entidades locales*. <https://murciasocial.carm.es/web/guest/proyectos-innovadores-con-entidades-locales>

Consejería de Mujer, Igualdad, LGTBI, Familias y Política Social (2021). Orden de 7 de mayo de 2021 de la Consejera de Mujer, Igualdad, LGTBI, Familias y Política Social de la Región de Murcia, por la que se convocan subvenciones a entidades locales de más de 20.000 y hasta 60.000 habitantes de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para la financiación de la elaboración de un Diagnóstico Local Participativo en el marco del Programa Operativo Regional de Fondo Social Europeo. *Boletín Oficial de la Región de Murcia*, n° 109, pág. 15129-15136.

Contreras, C., Rivas, J., Franco, R., Gómez-Plata, M., & Luengo Kanacri, B.P. (2023). Digital media use on school civic engagement: A parallel mediation model. *Comunicar*, 75, 91-102. <https://doi.org/10.3916/C75-2023-07>

Duarte, A., Surugiu, R., Moraru, M., & Marinescu, V. (2023). Digital empathy in online education: A comparison study between Portugal and Romania. [Empatía digital en la educación en línea: Un estudio comparativo entre Portugal y Rumanía]. *Comunicar*, 76. <https://doi.org/10.3916/C76-2023-09>

Eguzkitza-Mestraitua, G., Casado-del-Río, M.A. y Guimerá-i-Orts, J. (2023). Comunidades de personas usuarias de Instagram y Twitter de las plataformas audiovisuales online destinadas a la juventud: Playz, MTMA y Flooxer. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 14 (1), 51-67. . <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.23165>

Fernandes-de-Oliveira, G., Massarani, L., Oliveira, T., Scalfi, G., & Alves-dos-Santos-Junior, M. (2023). The COVID-19 vaccine on Facebook: A study of emotions expressed by the Brazilian public. [Vacuna contra COVID-19 en Facebook: Un estudio sobre las emociones expresadas por el público brasileño]. *Comunicar*, 76. <https://doi.org/10.3916/C76-2023-10>

Gil, E. (2017). Nuevos activismos sociales en la era digital: De las masas al crowd. *Política y Sociedad*, 54, 191-208. <https://doi.org/10.5209/POSO.48914>

Jaraíz, G. (2012). La dimensión comunitaria en Servicios Sociales. Una aproximación a su tratamiento en barrios vulnerables». *Cuadernos de Trabajo Social*, 25(1), 113-124. http://dx.doi.org/10.5209/rev_CUTS.2012.v25.n1.38438

Jenkins, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A.J., & Weigel, M. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. MacArthur. <https://doi.org/10.7551/mitpress/8435.001.0001>

Katiusca, P., Pérez, M. y Rondón, E. (2010). Redes sociales en Internet: reflexiones sobre sus posibilidades para el aprendizaje cooperativo y colaborativo. *Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*, 16, 173-205.

Ley 3/2021, de 29 de julio, de Servicios Sociales de la Región de Murcia. *Boletín Oficial del Estado*, núm. 308, de 24 de diciembre de 2021, 161858-161916. <https://www.boe.es/eli/es-mc/l/2021/07/29/3>

Luque, S. (2023). La gestión de los algoritmos publicitarios en Internet. Un caso de estudio: Facebook y Google. Doxa Comunicación. *Revista Interdisciplinaria De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales*, (36), 243-271. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n36a1713>

- López, A., Aguilar, M. V., Erro, A., & Pérez, R. M. (2022a). Superdiversity and social policies in a complex society: Social challenges in the 21st century. *Current Sociology*, 70(2), 166–192. <https://doi.org/10.1177/0011392120983344>
- López, A., Erro, A., & Pérez, R. M. (2022b). Food security and social protection in times of COVID-19. *International Social Work*, 65(3), 421–433. <https://doi.org/10.1177/00208728221086388>
- López-Peláez, A.; Kirwan, G. (Eds) (2023). *The Routledge International Handbook of Digital Social Work*. Routledge.
- López, A. y Marcuello, C. (2018). El Trabajo Social en la Sociedad Digital. *Revista de Servicios Sociales y Política Social*, 35 (118), 25-34.
- Lozano, R., Mira, M., & Gil, M. (2023). Social media influence on young people and children: Analysis on Instagram, Twitter and YouTube. [Redes sociales y su influencia en los jóvenes y niños: Análisis en Instagram, Twitter y YouTube]. *Comunicar*, 74, 125-137. <https://doi.org/10.3916/C74-2023-10>
- Mari, V.M. (2010). El enfoque de la comunicación participativa para el desarrollo y su puesta en práctica en los medios comunitarios. *Razón y palabra*, 71, 1-17.
- Martínez, A. (2017). Transformación social a través de la participación en procesos comunicativos comunitarios [Sesión de Congreso]. *Actas del II Congreso Internacional Move.net sobre Movimientos Sociales y TIC*, Sevilla, España.
- Martínez, R., Buitrago, Á., y Martín, A. (2023). Comunicación para la salud a través de TikTok. Estudio de influencers de temática farmacéutica y conexión con su audiencia. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 14(1), 83-98. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.23435>
- Martorell, S. y Canet, F. (2013). Investigar desde internet: Las redes sociales como abertura al cambio. *Historia y Comunicación Social*, 18, 663-675.
- Minguijon J. y Serrano-Martínez C. (2022). La Inteligencia Artificial en los Servicios Sociales: estado de la cuestión y posibles desarrollos futuros. *Cuadernos de Trabajo Social*, 35(2), 319-329. <https://doi.org/10.5209/cuts.78747>
- Morandeira, J., Etxezarreta, E., & Egia, A. (2023). El papel de la economía social en el nuevo contexto de políticas locales transformadoras: El caso de Hernani Burujabe. *Prisma Social*, (42), 83–114. Recuperado a partir de <https://revistaprismasocial.es/article/view/5130>
- Mossberger, K., & Tolbert, C.J. (2010). Digital democracy: How politics online is changing the electoral participation. In J. Leighley (Ed.), *The Oxford Handbook of American elections and political behavior* (pp. 200-218). <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199235476.001.0001>
- Mossberger, K., Tolbert, C.J., & Mcneal, R.S. (2007). Digital citizenship: The Internet, society, and participation. *Online Information Review*, 32(4), 538-539. <https://doi.org/10.1108/14684520810897421>
- Novella, A., Romero, C., Melero, H., & Pigem, E. (2021). Children's participation, local policy and the digital environment: Visions and uses among Spanish municipalities. [Participación in-

fantil, política local y entorno digital: Visiones y usos en municipios españoles]. *Comunicar*, 69, 33-43. <https://doi.org/10.3916/C69-2021-03>

Pastor-Seller, E. (2013). Metodología y ámbitos del Trabajo Social comunitario para impulsar cambios sociales sostenibles y autónomos en el complejo universitario relacional en España en el siglo XXI. *Emancipacao*, 13 (1), 143-158. <https://revistas.uepg.br/index.php/emancipacao/article/view/5114>

Pastor-Seller, E. (2015). Trabajo Social y desarrollo local comunitario en el siglo XXI. *Arbor*, 191(771), a208. <https://doi.org/10.3989/arbor.2015.771n1010>

Pastor-Seller, E. (2017) Mechanisms for participation in the public system of social services in Spain: opportunities for the development of social work with a citizenist approach, *European Journal of Social Work*, 20(3), 441-458 <https://doi.org/10.1080/13691457.2017.1283588>

Pastor-Seller, E. (2021a). Compromisos, dilemas y desafíos del Trabajo Social con dimensión colectiva en tiempos de pandemia. *Prospectiva. Revista de Trabajo Social e intervención social*, 32, 1-14. [10.25100/prts.v0i32.11397](https://doi.org/10.25100/prts.v0i32.11397)

Pastor-Seller, E. (2021b). Trabajo Social con Comunidades. Teoría, metodología y prácticas. *Universitas*.

Pastor-Seller, E. (2022a). Dinámicas comunitarias para cambiar activamente la sociedad, en A. Lòpez, M. Sanz, M. Akihara & N Fukushima (Edits.) *España en el siglo XXI: bienestar y cambio social* (pp. 87-101). Edinumen.

Pastor-Seller, E. (2022b). Activación comunitaria local inclusiva y sostenible. En M. Avilés e I. Marín (Coords.). *Nuevos enfoques de participación ciudadana. (Re)construyendo comunidades sostenibles* (pp. 33-46). Tirant lo Blanch.

Pastor-Seller, E. (2022c) Internships in social entities in the offer of social work in Spain: learning from the practices and their actors, *Social Work Education*, 41(1), 119-137, <https://doi.org/10.1080/02615479.2020.1836144>

Pastor-Seller, E. y Herrera Gutiérrez, M.R. (2023). Collective social work and social movements in the digital age, en A. Lòpez & G. Kirwan (Eds.) *Handbook of Digital Social Work* (pp. 68-77). Routledge.

Peña, J.R. (2022). Comunicación comunitaria. Una Crítica a los procesos comunicativos y situación real de los pueblos y sectores minoritarios. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 149, 199-212.

Peña, S., Larrondo, A., & Morales-i-Gras, J. (2023). Feminism, gender identity and polarization in TikTok and Twitter. [Feminismo, identidad de género y polarización en TikTok y Twitter]. *Comunicar*, 75, 49-60. <https://doi.org/10.3916/C75-2023-04>

Pérez, M., Fernández, M.P y Lòpez, F. (2014). El fenómeno de las redes sociales: evolución y perfil del usuario. *EduPsykhé: Revista de psicología y psicopedagogía*, 1 (13), 93-118.

Pérez, M., & Vilajosana, J. (2023). Estudio con modelos de regresión de la comunicación de las universidades españolas en redes sociales: Análisis de regresión de la interacción y de los/

las seguidores/as de las universidades en redes sociales. *Prisma Social*, (41), 146–174. Recuperado a partir de <https://revistaprismasocial.es/article/view/5059>

Pirla, A. y Julià, R. (2014). Comunicar lo comunitario. *Cuadernos de Trabajo Social*, 27 (1), 139-152. https://doi.org/10.5209/rev_CUTS.2014.v27.n1.43216

Rivera, B., Martínez de Bartolomé Rincón, I., & López, P. J. (2022). Discurso de odio hacia las personas LGTBQ+: medios y audiencia social. *Prisma Social*, (39), 213–233. Recuperado a partir de <https://revistaprismasocial.es/article/view/4868>

Rodríguez, M. (2016). La intervención del trabajador social desde las redes sociales en trabajo social comunitario: fundamentos, dimensiones y competencias. *Revista de Servicios Sociales*, 61, 65-78.

Ros, M. (2009). Evolución de los servicios de redes sociales en internet. *El profesional de la información*, 18 (5), 552-557. [10.3145/epi.2009.sep.10](https://doi.org/10.3145/epi.2009.sep.10)

Sarasola, J. L., González, J. M. y Roiz, A. (2019). La importancia del trabajo social comunitario. *Revista internacional de Trabajo Social y Bienestar*, 8, 81-87.

Sánchez, J., & González, E. (2022). The COVID-19 infodemic among young people and adults: The support of critical media literacy. [La infodemia del COVID-19 en jóvenes y adultos: El soporte de la alfabetización crítica mediática]. *Comunicar*, 73, 71-81. <https://doi.org/10.3916/C73-2022-06>

Simancas, E., & Blanco, T. (2022). Impacto de la pandemia de la COVID-19 en los canales de YouTube de las universidades públicas españolas. Doxa Comunicación. *Revista Interdisciplinar De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales*, (35), 225–243. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n35a1508>

Suing, A., Ordóñez, K., y Herrero, J. (2022). Instrumentos de rendición de cuentas en los medios de comunicación social de Ecuador. Percepciones de periodistas y ciudadanía. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 13(2), 43-60. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.22115>

Taddeo, G., de-Frutos-Torres, B., & Alvarado, M. (2022). Creators and spectators facing online information disorder. Effects of digital content production on information skills. [Creadores y espectadores frente al desorden informativo online. Efectos de la producción de contenidos digitales en competencias informativas]. *Comunicar*, 72, 9-20. <https://doi.org/10.3916/C72-2022-01>

Zriba, H. (2019). The role of digital humanities in the democratization of knowledge. *Journal of humanities and Social Sciences Studies*, 1(4), 82-92. <https://bit.ly/3x3RExN>