

Análisis de los Reels en la comunicación del Gobierno Municipal de Pelileo

Analysis of the reels in the communication of the Municipal Government of Pelileo

Roberto Carlos Herrera Morales, José Luis Rodríguez Manzano

Resumen

Este estudio explora la efectividad de los Reels en la comunicación del Gobierno Municipal de Pelileo. El objetivo es analizar el impacto de este contenido audiovisual breve en el engagement y la percepción ciudadana. En el marco teórico se fundamenta el papel de la comunicación visual en la percepción pública y la identidad cultural, sustentando en teorías de comunicación persuasiva y estudios previos que destacan la importancia del contenido audiovisual atractivo en redes sociales. Se empleó una metodología mixta, aplicando encuestas estructuradas y análisis de métricas de redes sociales con herramientas como Google Analytics, Facebook e Instagram Insights, y el software JASP. Los resultados reflejan una correlación positiva entre la calidad percibida de los Reels y el engagement destacando la relevancia de los aspectos visuales y narrativos para potenciar la interrelación. Aunque el engagement es alto, la participación es limitada. En conclusión, el estudio subraya el potencial de los Reels para promover la comunicación digital en contextos locales, con implicaciones para mejorar la calidad del contenido.

Palabras clave: Social Media; Facebook; Comunicación Digital; Reels; Pelileo

Roberto Carlos Herrera Morales

Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador | roberto.herrera.68@est.ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0000-0042-0425>

José Luis Rodríguez Manzano

Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador | renato.zamora@ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0002-5681-4866>

<http://doi.org/10.46652/pacha.v6i17.362>

ISSN 2697-3677

Vol. 6 No. 17 enero-junio 2025, e250362

Quito, Ecuador

Enviado: octubre 17, 2024

Aceptado: diciembre 20, 2024

Publicado: enero 26, 2024

Publicación Continua

Abstract

This study explores the effectiveness of Reels in communicating with the Municipal Government of Pelileo. The objective is to analyze the impact of this short audiovisual content on citizen engagement and perception. The theoretical framework describes the role of visual communication in public perception and cultural identity, supported by theories of persuasive communication and previous studies that highlight the importance of appealing audiovisual content on social media platforms. A mixed methodology was used, incorporating structured surveys and analysis of social media metrics using tools such as Google Analytics, Facebook and Instagram Insights, and the JASP software. The results reveal a positive correlation between the perceived quality of the Reels and engagement, highlighting the relevance of visual and narrative elements in boosting interaction. Although engagement is high, active participation remains limited. In conclusion, the study highlights the potential of Reels to promote digital communication in local contexts, with implications for improving content quality.

Keywords: Social Media; Facebook; Digital Communication; Reels; Pelileo

Introducción

En la actualidad, las redes sociales se han transformado en una extensión de nuestra forma de expresión, modificando la forma en que nos comunicamos y nos informamos. Esta transformación ha promovido una reorientación en los medios de comunicación, que actualmente buscan maneras más dinámicas e interactivas de comunicar información (Paulussen & Harder, 2014; Kostić & Sarenac, 2020). Los videos cortos, como los *Reels* de Facebook, entre las nuevas herramientas de comunicación, han evidenciado una habilidad singular para atraer la atención del público, dado que fusionan la brevedad y la diversión (Zhao et al., 2021; Allam & Dinana, 2021; Shutsko, 2020; Wang & Wu, 2021).

Este análisis se centra en examinar el uso de los *Reels* en la comunicación del Gobierno Municipal de Pelileo, Ecuador, con el objetivo de determinar su influencia en la percepción pública y la relación de la comunidad con el gobierno local (Apasrawirote et al., 2022), es crucial que las entidades modifiquen sus tácticas para beneficiarse de este formato y potenciar su comunicación institucional. En Latinoamérica, especialmente en ciudades como Pelileo, el uso de contenido digital está en aumento, promoviendo significativas transformaciones culturales y digitales que resaltan la relevancia de una comunicación pública ajustada a las costumbres de consumo presentes (Mentinno, 2024). No obstante, los retos en la organización y realización de estos contenidos pueden provocar una escasa interacción y percepción pública, lo que impacta la relación de la institución con su público.

Por lo tanto, este estudio científico tiene como objetivo examinar la visión pública respecto a los *Reels* en la comunicación del Gobierno Municipal de Pelileo, valorando su eficacia como herramienta para incrementar el compromiso y la vinculación emocional de los ciudadanos con la administración institucional. Por lo tanto, se propone proporcionar un esquema estratégico para la generación de *Reels*, que no solo aumenten la eficacia en la difusión de mensajes, sino que también potencien la percepción pública y promuevan la participación de los ciudadanos. Basándonos en investigaciones anteriores acerca de la evolución del contenido audiovisual, (Bucknell Bossen & Kottasz, 2020; Kang & Lou, 2022; Menon, 2022), así como en directrices de revisión

literaria (Hernández, Fernández y Baptista, 2014), este estudio se centra en un tipo particular de comunicación digital que tiene la capacidad de incrementar la visualización e interés del quehacer de la administración municipal de Pelileo. Al poner en marcha una estrategia digital bien organizada en las redes sociales, el Gobierno Municipal de Pelileo no solo tiene la capacidad de potenciar su comunicación institucional, sino también de ser un modelo para seguir para otras municipalidades que aspiran a mejorar su presencia en redes sociales

El problema que se enfrenta se centra en la necesidad de determinar si el Gobierno Municipal de Pelileo está empleando los *Reels* de forma estratégica y eficaz como medio de comunicación en un escenario en el que los videos cortos controlan nuestro tiempo en las redes sociales.

Referencial teórico

Comunicación digital e impacto de los videos cortos

La digitalización moderna ha impulsado a las entidades públicas a modificar sus tácticas de comunicación, incorporando tecnologías de la información para promover una mayor implicación de los ciudadanos (Calle Calle et al., 2020). Este suceso ha propiciado una transformación en el modelo de comunicación, fomentando la utilización de instrumentos audiovisuales más rápidos y atractivos, como los *Reels* de Instagram y Facebook, que establecen una conexión rápida y eficaz con la audiencia (Guevara et al., 2021). En este escenario, los videos cortos no solo se muestran como una tendencia de consumo, sino también como un instrumento esencial para potenciar la percepción pública y la proximidad institucional (Allam & Dinana, 2021; Shutsko, 2020; Wang & Wu, 2021; Zhao et al., 2021).

La aparición de redes sociales y aparatos móviles ha propiciado un cambio en la generación y consumo de contenido audiovisual, definiendo el formato vertical y la longitud corta como normas, estableciendo así el formato vertical y la breve duración como normas (Gómez Palomares, 2023). Así, los *Reels* representan una herramienta poderosa para comunicar y conectar, especialmente en el sector público, donde la claridad y la brevedad son esenciales para captar la atención de la ciudadanía (Bucknell Bossen & Kottasz, 2020; Kang & Lou, 2022).

Teoría de la Comunicación de Harold Lasswell y el rol de los Reels

La teoría de la comunicación de Harold Laswell ofrece un marco esencial para analizar la efectividad de los *Reels*, descomponiendo el proceso en sus componentes esenciales: el emisor, el mensaje, el canal, el receptor y el efecto (Serrano y Alonso, 2004). Esta configuración posibilita valorar cómo los *Reels* comunican mensajes institucionales, consiguiendo un efecto considerable en la audiencia mediante el uso de canales visuales y audiovisuales atractivos y de uso sencillo. En el ámbito de la comunicación gubernamental, los *Reels* promueven el envío de mensajes nítidos y directos, generando un vínculo emocional y fomentando una imagen favorable de la institución.

Narrativa Digital y Teoría de la Identidad Social

La teoría de la identidad social y la narrativa digital son esenciales para comprender cómo los *Reels* aportan a la formación de la identidad colectiva. La Teoría Narrativa estudia la organización de las historias en formatos breves, reconociendo patrones que conectan emocionalmente con el público (González Luque et al., 2022). En este sentido, los *Reels* pueden reforzar los valores comunitarios y reflejar la cultura local fortaleciendo la conexión entre la ciudadanía y la institución (Miravalles, 2023).

Por otro lado, la Teoría de la identidad Social de Taajfel y Turner (1979), permiten comprender como le sentido de pertenencia a un grupo influye en la percepción individual. Los *Reels* gubernamentales tienen el potencial de fomentar la cohesión sociológica, subrayando los elementos que vinculan a la comunidad y fortaleciendo de esta manera una identidad positiva (Ruiz Mitjana, 2019). En un contexto institucional, estos *Reels* permiten al gobierno municipal mostrar una imagen cercana y asequible, humanizando su gestión y mejorando la percepción pública (Freberg, 2021).

Evolución de los Reels y Adaptación en la Comunicación Pública

Los *Reels* fueron introducidos por Instagram en 2019 y rápidamente se expandieron a otras plataformas debido a sus popularidad y facilidad de uso (Valdatti, 2021). Este nuevo formato vertical permite a las instituciones grabar contenido visualmente atractivo con herramientas de edición avanzadas, facilitando así la conexión inmediata con el espectador. Como lo señala (MarketingDirecto, 2021), los videos son un medio consolidado en la comunicación digital, y estudios como el de Ipmark (2022), revela que los *Reels* generan mayor interacción que otros formatos, lo cual refuerza su valor estratégico para el sector público.

En Latinoamérica, la expansión del uso digital resalta la relevancia de una comunicación pública ajustada a estas recientes tendencias (Mentinno, 2024). Las administraciones municipales se encuentran con el reto de poner en marcha estrategias eficaces de contenido audiovisual, que no solo proporcionen información, sino que también promuevan la confianza y la implicación de los ciudadanos (López Jimenez, 2003). La modernización de procesos comunicativos es crucial para maximizar el impacto de los *Reels*, especialmente cuando se persigue mejorar el *engagement* y la percepción pública (Calle Calle et al., 2020; Hernández et al., 2020).

Medición del Impacto y Estrategias de Mejora en la Comunicación Gubernamental

La eficacia de los *Reels* se puede evaluar mediante indicadores como visualizaciones, likes, comentarios y compartidos, los cuales representan el nivel de interacción y aceptación del contenido por el público (López Jiménez, 2003). Para el Gobierno Municipal de Pelileo, estos indicadores proporcionan una perspectiva nítida acerca de cómo se interpreta y reacciona ante los mensajes

del gobierno. Además, tácticas innovadoras y pertinentes en los *Reels* pueden incrementar la participación y favorecer una comunicación más clara y directa con los ciudadanos (González, 2023).

El uso de los *Reels* en la comunicación de gobierno no solo permite optimizar el alcance de los mensajes, sino también fortalecer la identidad social y la confianza ciudadana. Mediante el análisis de su impacto y la implementación de estrategias adecuadas, las instituciones públicas pueden adaptarse a las demandas de la era digital logrando una conexión significativa y duradera con su audiencia.

Metodología

Este análisis se realizó con un enfoque combinado, fusionando técnicas cuantitativas y cualitativas para ofrecer una perspectiva completa del estudio de los *Reels* en la comunicación del Gobierno Municipal de Pelileo (Creswell, 2014). Este enfoque permitió integrar datos numéricos y cualitativos, enriqueciendo la comprensión del fenómeno estudiado. Según Hernández et al. (2014), el método mixto es muy útil para examinar la correlación entre variables, verificando la validez de los hallazgos.

La investigación fue de naturaleza relacional, con el objetivo de evaluar la relación entre dos o más variables sin alterar directamente su relación (Sampieri et al., 2014). Este diseño se aplicó para detectar vínculos estadísticos y examinar la conexión entre percepciones cualitativas y datos numéricos. El estudio también se llevó a cabo de manera transversal, ya que los datos se recolectaron en un único instante temporal, lo que posibilitó la observación y análisis de las variables en un instante concreto.

El grupo de estudio se conformó por individuos con actividad económica de entre (32) y (42) años, quienes siguen la página de Facebook del municipio de Pelileo. La muestra contó con (414) personas escogidas a través de un muestreo probabilístico. Este tamaño de muestra, estimado para una población de (589) seguidores (N), garantiza un 95% de fiabilidad y un 5% de probabilidad de equivocación en los resultados. La selección se basó en las respuestas a las publicaciones efectuadas entre el 1 de agosto y el 31 de octubre de 2024, considerando métricas como el número de likes, comentarios y compartidos en Facebook. Para la investigación se utilizaron diversas técnicas de recopilación de datos que garantizaron la calidad y exactitud de los datos recabados. Se llevaron a cabo entrevistas a 3) tres especialistas en diseño gráfico, comunicación y marketing. Estas entrevistas facilitaron el entendimiento detallado de las opiniones de los especialistas en comunicación digital. Kvale (1996), resalta la aplicación de entrevistas detalladas como instrumento para indagar en las subjetividades, adquiriendo de esta manera información abundante en contenido cualitativo.

Se elaboró una encuesta estructurada para recolectar datos numéricos de acuerdo con Dillman et al. (2014), este método posibilitó la medición estandarizada de las percepciones de los participantes, lo que simplificó la comparación de los resultados.

Se evaluaron los datos de interacción en redes sociales obtenidos mediante herramientas como *SocialGuest* y *Facebook Insights*, sin una intervención directa en la recopilación de datos, lo que resultó particularmente beneficioso para analizar las métricas de interacción en redes sociales (Sánchez & Muñoz, 2019).

Se emplearon fichas y matrices de observación para documentar los fenómenos que se observaron de forma sistemática. Según Anguera (2003), la observación estructurada facilitó la recolección de datos objetivos y comparables, valiosos tanto para el análisis cualitativo como cuantitativo.

Según Hernández-Nieto (2002), todos los instrumentos fueron validados por especialistas mediante el Coeficiente de Validez de Contenido (CVC), con el fin de garantizar la idoneidad y pertinencia de los ítems. El consenso entre los especialistas en la validez de los ítems logró un alto CVC, asegurando su fiabilidad. Adicionalmente, se evaluó la fiabilidad del cuestionario a través del coeficiente Alfa de Cronbach, logrando un valor de 0.82, lo que señala una consistencia interna apropiada de los ítems (Cronbach, 1951).

Resultados

La siguiente tabla muestra los hallazgos de la observación en la red social Facebook, resumiendo las métricas de interacción y participación de los Reels que el Gobierno Municipal de Pelileo publicó durante el lapso de agosto a octubre del 2024.

Tabla 1. Métricas de Interacción y Engagement de los Reels del Gobierno Municipal de Pelileo (agosto - octubre de 2024)

Mes	Total de Reels Publicados	Promedio de Duración de Reels	Likes	Comentarios	Compartidos	Alcance (Impresiones)	Engagement (%)	Hashtags Utilizados	Percepción del Público	Tendencias Notadas	Calidad de Producción
Agosto	19	0:43 seg	735	29	86	36,823	2.31%	#GabrielZúñigaAlcalde	Inactividad	No comentan	Media
Septiembre	15	0:43 seg	625	46	89	34,681	2.19%	#GabrielZúñigaAlcalde	Inactividad	Comentan poco	Media
Octubre	9	0:43 seg	343	15	78	23,986	1.82%	#GabrielZúñigaAlcalde	Inactividad	Comparten	Media alta

Fuente: elaboración de los autores a partir de los datos tomados de la ficha de observación de la página de Facebook GADM Pelileo.

Nota. Se evidencia un decrecimiento en el engagement de la página de Facebook, sin embargo, se encuentra por encima del promedio.

Tabla 2. Resultados de la entrevista a profesionales sobre la efectividad de los Reels como herramienta de comunicación en el Gobierno Municipal de Pelileo.

Pregunta	Lic. Jairo Paredes (Analista de Comunicación GAD Pelileo)	Lic. Efrén Guzmán Revelo (Producción GAD Pelileo)	Lic. Rommel Alejandro López Silva (Consultor)	Resumen Respuestas Comunes
1. ¿Cuál es su opinión sobre la efectividad de los Reels como herramienta de comunicación en comparación con los videos horizontales digitales tradicionales?	“La mayoría de las personas maneja su celular y el alcance del <i>Reel</i> hace que se pueda llegar a la comunidad.”	“El formato que posee hace que no giremos el celular y brinda comodidad.”	“El <i>Reel</i> se ha vuelto viral por su algoritmo que permite llegar a más personas.”	Los <i>Reels</i> son populares por su formato cómodo y su algoritmo, que permite alcanzar una amplia audiencia rápidamente.
2. ¿Cree usted que los <i>Reels</i> pueden influir en la imagen pública del Gobierno Municipal?	“Estos productos llegan en mejor manera con los mensajes a la población.”	“Sí, debido a la calidad técnica de los <i>Reels</i> en su narrativa.”	“Sí, debido a la composición audiovisual que se escoja y la narrativa que lo acompañe.”	La efectividad de los <i>Reels</i> depende de su narrativa y composición audiovisual para transmitir mensajes de manera impactante a la audiencia.
3. ¿Qué recomendaciones darían para mejorar la estrategia de contenido para <i>Reels</i> en la comunicación institucional del Gobierno Municipal?	“Los equipos son fundamentales, tanto cámaras como micrófonos.”	“Contenido de valor exaltando acciones de índole social.”	“Revisar el <i>copy</i> y la narrativa que acompañan al <i>Reel</i> .”	La efectividad de los <i>Reels</i> se basa en el uso adecuado de equipos, contenido de valor y una narrativa bien trabajada.
4. ¿Qué métricas consideran más relevantes para medir el éxito de los reels en la comunicación gubernamental?	“El ‘like’ y la visualización son importantes, pero cuando comparten es cuando realmente les interesó.”	“El alcance en cada publicación, comentarios, ‘likes’, compartidos y guardados.”	“La interacción: ‘likes’, comentarios y compartidos.”	La interacción significativa se refleja en los compartidos, ‘likes’ y comentarios, mostrando verdadero interés en el contenido.

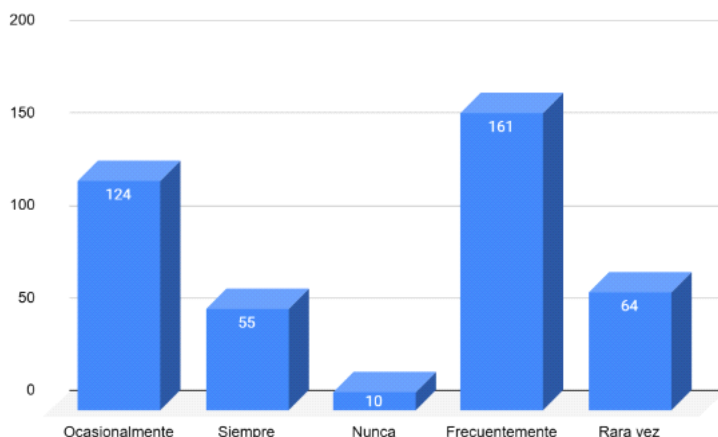
Fuente: elaboración de los autores a partir de las entrevistas realizadas

Nota. De las 10 preguntas realizadas en la entrevista, se seleccionaron 4 como las más relevantes para el análisis. El resumen de las entrevistas se encuentra en la Tabla 2.

A continuación, se presenta los resultados obtenidos de las encuestas sobre el impacto del contenido de los *Reels* del Gobierno Municipal de Pelileo en la percepción digital ciudadana.

Figura 1. Frecuencia de visualización de los Reels publicados en la página de Facebook del Gobierno Municipal de Pelileo

¿Con qué frecuencia ve los Reels publicados por el Gobierno Municipal de Pelileo?

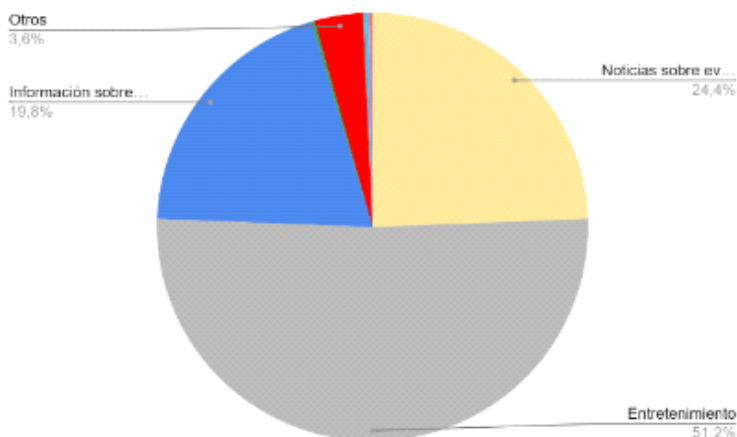


Fuente: elaboración de los autores

Nota. La mayoría de encuestados indica que frecuentemente ve los Reels publicados por el Gobierno Municipal de Pelileo

Figura 2. Motivaciones de visualización de los Reels del Gobierno Municipal de Pelileo

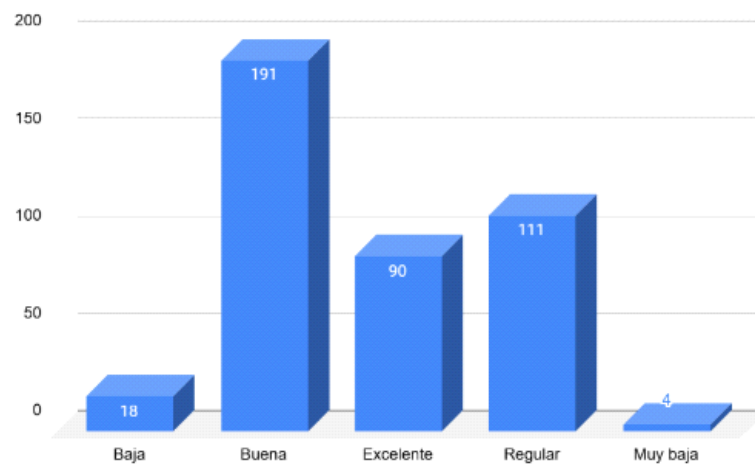
¿Cuál es su principal motivo para ver los Reels del Gobierno Municipal de Pelileo?



Fuente: elaboración de los autores

Nota. La mayoría de encuestados indica que el entretenimiento es el motivo principal para visualizar los Reels publicados por el Gobierno Municipal de Pelileo

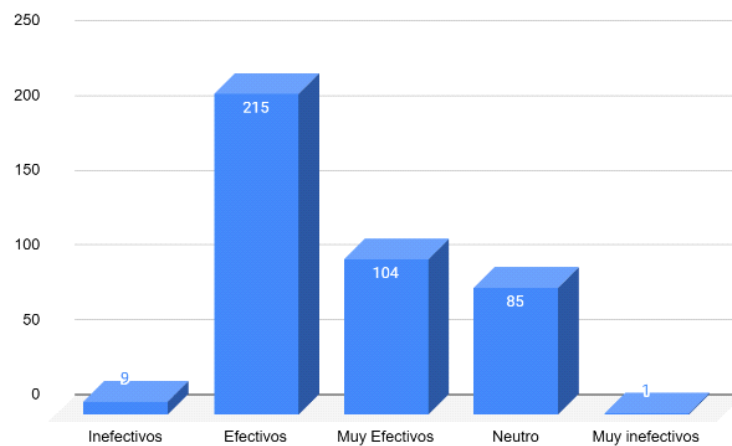
Figura 3. Calificación de la calidad del contenido
¿Cómo calificaría la calidad de contenido utilizada en los Reels del Gobierno Municipal de Pelileo?



Fuente: elaboración de los autores

Nota. La mayoría de encuestados indica que la calidad de los Reels del Gobierno Municipal de Pelileo es buena.

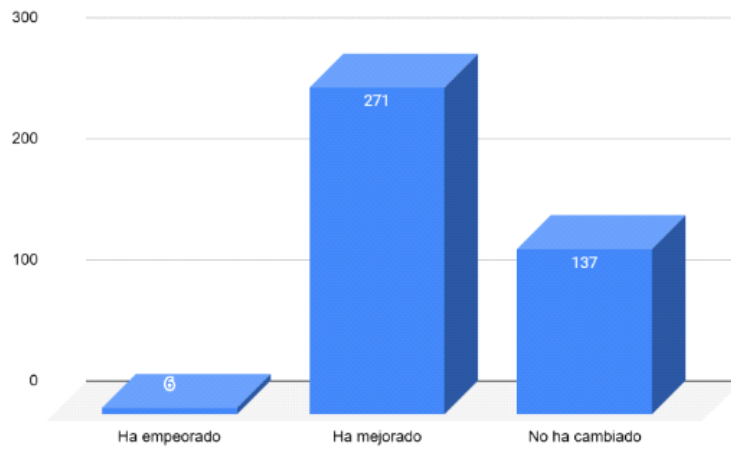
Figura 4. Efectividad de los Reels
¿Cree que los Reels del Gobierno Municipal de Pelileo son efectivos para comunicar información importante a la ciudadanía?



Fuente: elaboración de los autores

Nota. La mayoría de encuestados indica que los Reels del Gobierno Municipal de Pelileo son efectivos.

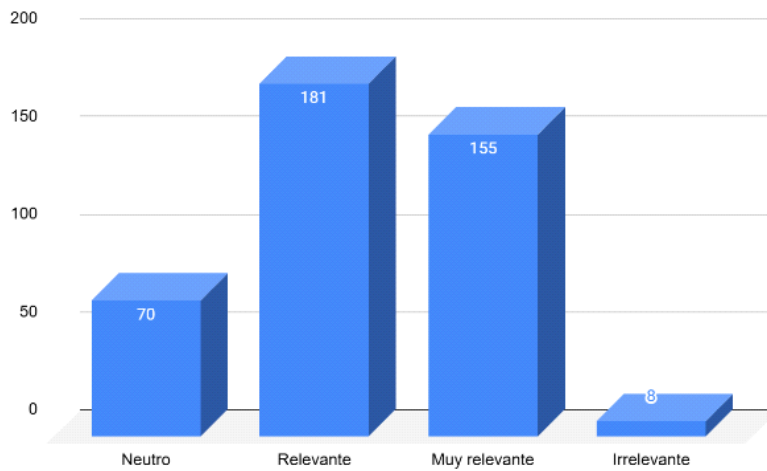
Figura 5. Impacto de los Reels
¿El contenido de los Reels ha cambiado su percepción sobre el Gobierno Municipal de Pelileo?



Fuente: elaboración de los autores

Nota. La mayoría de encuestados indica que el contenido de los Reels ha mejorado la percepción del Gobierno Municipal de Pelileo

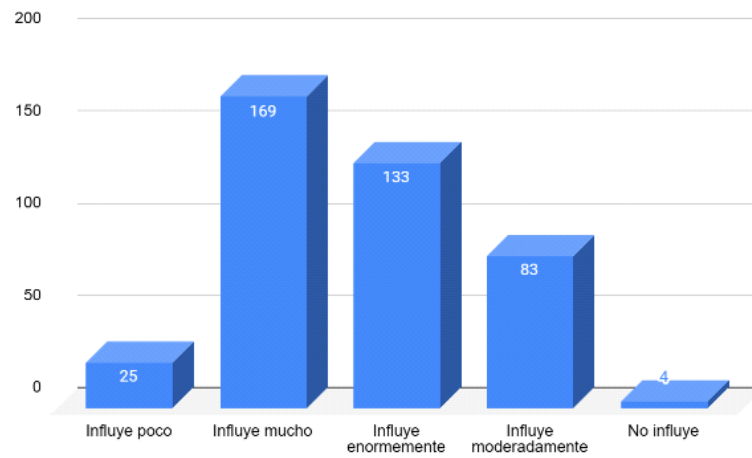
Figura 6. Relevancia de los temas tratados en los Reels
¿Qué tan relevantes considera que son los temas tratados en los Reels del Gobierno Municipal de Pelileo para su comunidad?



Fuente: elaboración de los autores

Nota. La mayoría de encuestados indica que los temas tratados en los Reels del Gobierno Municipal de Pelileo son relevantes para la comunidad.

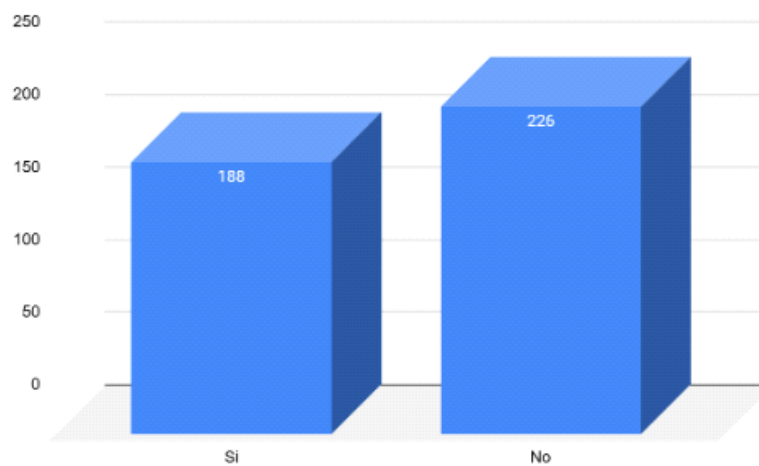
Figura 7. Influencia del contenido visual y narrativo de los Reels en la participación en actividades comunitarias
 ¿Cómo influye el contenido visual y narrativo de los Reels en su interés por participar en actividades comunitarias?



Fuente: elaboración de los autores

Nota. La mayoría de encuestados indica que el contenido visual y narrativo de los Reels del Gobierno Municipal de Pelileo influyen mucho en la participación de actividades comunitarias.

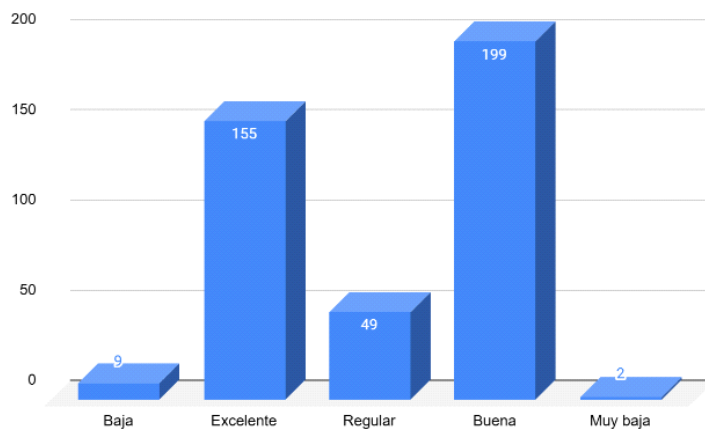
Figura 8. Interacción con los Reels del Gobierno Municipal de Pelileo en redes sociales
 ¿Ha compartido o comentado alguna vez un Reel del Gobierno Municipal de Pelileo en sus redes sociales?



Fuente: elaboración de los autores

Nota. La mayoría de encuestados indica que no ha interactuado con los Reels del Gobierno Municipal de Pelileo.

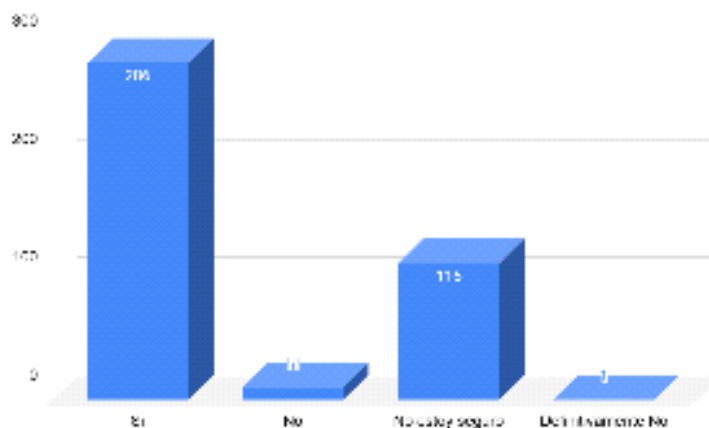
Figura 9. Contribución de los Reels a la comprensión de los servicios del Gobierno Municipal de Pelileo
¿En qué medida considera que los contenidos de los Reels contribuyen a una mejor comprensión de los servicios ofrecidos por el Gobierno Municipal de Pelileo?



Fuente: elaboración de los autores

Nota. La mayoría de encuestados indica que los Reels del Gobierno Municipal de Pelileo si contribuyen a comprender mejor los servicios que ofrecen

Figura 10. Interés en ver más contenido de los Reels del Gobierno Municipal de Pelileo en el futuro
¿Le gustaría ver más contenido de este tipo en el futuro?



Fuente: elaboración de los autores

Nota. La mayoría de encuestados indica que si tiene interés en visualizar más contenidos de los Reels del Gobierno Municipal de Pelileo.

- Los hallazgos del sondeo muestran una acogida general favorable hacia los Reels del Gobierno Municipal de Pelileo, aunque existen aspectos a mejorar.
- En cuanto a la frecuencia de visualización, el 66% de los participantes en la encuesta los ve con regularidad, lo que refleja un interés considerable.
- El principal motivo para verlos es el entretenimiento, seguido de las noticias locales; el contenido capta más la atención por su belleza visual que por su información útil.
- La mayoría de las personas califican la calidad del contenido como “Buena” y “Excelente”, sin embargo, hay un grupo que la considera como “Regular”.

- Respecto a la eficacia comunicativa, 215 individuos la ven como positiva, mientras que 271 sostienen que su visión sobre el gobierno ha mejorado debido a este contenido.
- La importancia de los temas es significativa, dado que 181 personas señalan que es pertinente y 155 muy pertinente, mientras que el impacto en la participación de la comunidad también es significativo, con un 76% sosteniendo que el contenido les incentiva a participar más.
- No obstante, el involucramiento en redes sociales (comentarios o compartidos) es inferior, dado que el 54% no ha interactuado de esta forma.
- En última instancia, respecto a la comprensión de los servicios municipales, la percepción es favorable, 199 personas califican el contenido como “Bueno” y 155 personas como “Excelente”. La mayor parte de los participantes en la encuesta (286 individuos) muestra interés en presenciar más contenido parecido en el futuro.

Discusión

Los hallazgos de este estudio ofrecen un entendimiento más detallado de la eficacia de los *Reels* como medio de comunicación en el Gobierno Municipal de Pelileo, mostrando que este tipo de contenido, pese a ser popular y de gran visibilidad, tiene aspectos que mejorar en cuanto a interacción activa y percepción de calidad. Estos descubrimientos concuerdan con las recomendaciones de autores como Rejón-Guardia y Martínez-Navalón (2023), que subrayaron la relevancia del contenido audiovisual corto y cautivador en las redes sociales para incrementar la participación y la imagen positiva de las instituciones públicas. Este análisis evidencia que la calidad del contenido y la pertinencia de los asuntos tratados impactan directamente en la visión de los ciudadanos respecto al gobierno municipal, lo que resalta la relevancia de invertir en producción y narrativa estratégica para conseguir una comunicación eficaz.

El estudio cuantitativo efectuado también muestra una correlación positiva entre la calidad percibida de los *Reels* y el interés (interés medio del 16.4% en agosto y descendiendo al 11.24% en octubre), lo que indica que potenciar los elementos visuales y narrativos puede incrementar la interacción. Al utilizar el coeficiente de correlación de Pearson en los datos derivados de encuestas y métricas de redes sociales, se nota una correlación relevante entre el grado de interacción (likes, comentarios, compartidos) y la percepción de eficacia comunicativa. Esto apoya la hipótesis de que los *Reels* adecuadamente diseñados poseen la capacidad de atraer la atención del público.

En contraste con estudios anteriores, los hallazgos de esta investigación muestran tanto analogías como diferencias fundamentales. Se registró un alto nivel de interacción mediante comentarios y compartidos, mientras que en Pelileo se nota una participación pasiva (el 54% de los participantes no participa activamente), lo que podría atribuirse a elementos contextuales como la importancia percibida del contenido o la familiaridad del público con el formato.

En contraste con la investigación de Hernández y Zamora (2023), que se enfocó únicamente en la valoración de contenido informativo en formato de video, nuestra labor incluye la valoración de métricas concretas de interacción y participación en redes sociales para evaluar la eficacia de los *Reels* en una comunicación gubernamental más visual.

Este análisis presenta contribuciones teóricas relevantes para entender el contenido audiovisual breve como medio de comunicación del gobierno. Los hallazgos respaldan la teoría de la comunicación persuasiva al evidenciar que la calidad narrativa y visual de los *Reels* influye notablemente en la percepción de los ciudadanos y en la participación, lo que indica que estos elementos son cruciales para atraer y conservar la atención del público.

Pese a la importancia de los hallazgos, este estudio tiene algunas limitaciones a considerar que deben tenerse en cuenta. Primero, la investigación se enfoca en una muestra restringida y concreta durante un periodo breve, lo que podría influir en la extensión de los descubrimientos a otros contextos. A pesar de que los hallazgos son robustos, una muestra más extensa o variada podría proporcionar una perspectiva más amplia acerca de la eficacia de los *Reels* en la comunicación del gobierno. Otra restricción es el carácter exploratorio de las métricas de interacción, lo que limita la utilización de los resultados en otros tipos de contenido audiovisual o en lapsos de tiempo más extensos. Estos elementos deben tomarse en cuenta en investigaciones futuras, lo que facilitará una mayor solidez en los análisis.

Específicamente, futuros estudios deberían centrarse en examinar el efecto de la calidad de producción y de los asuntos tratados en la interacción ciudadana, lo que facilitaría el entendimiento de las inclinaciones del público respecto al contenido institucional. Adicionalmente, se podría examinar la utilización de otros formatos audiovisuales, tales como videos de duración media o contenido en directo, para adquirir una perspectiva más detallada sobre la comunicación gubernamental en contextos digitales.

Los descubrimientos tienen repercusiones prácticas para entidades públicas que aspiran a optimizar su táctica de comunicación digital. Al concentrar las iniciativas en la producción de contenido audiovisual de excelente calidad y promover la interacción mediante “likes”, “comentarios” y “compartidos” estas organizaciones podrían alcanzar un mayor impacto en sus audiencias.

Conclusión

Los hallazgos de este estudio indican que el contenido audiovisual, particularmente en formato de *Reels*, ejerce un efecto considerable en la propagación de contenido del Gobierno Municipal de Pelileo. La interacción producida en plataformas como Facebook, evaluada por medio de “likes”, “comentarios” y “compartidos”, representa un indicador significativo de participación, lo que subraya la importancia de estos formatos en la comunicación digital de entidades públicas.

Los *Reels* son eficaces y también potencian la comunicación en los ejercicios políticos y sociales relacionados con la comunicación de gobierno.

El contenido audiovisual de excelente calidad promueve la interacción mediante “likes”, “comentarios” y “compartidos”, lo que genera un mayor impacto en sus públicos.

Los *Reels* tienen el potencial de incrementar la implicación de los ciudadanos al promover la comunicación directa y fomentar la interacción en redes sociales, en particular cuando resaltan los éxitos comunitarios y las experiencias locales. Así mismo los *Reels* de 15 a 30 segundos son más eficaces para mantener la atención y garantizar una rápida comprensión del mensaje, mientras que las animaciones y transiciones novedosas ayudan a potenciar su atractivo y difusión en las plataformas sociales.

El desafío de la presente investigación se centra en la utilización de los *Reels* para incrementar la eficacia de comunicación del Gobierno Municipal de Pelileo, a través de material audiovisual con narrativas que promuevan la participación e interacción con los ciudadanos.

Referencias

- Allam, S., & Dinana, H. (2021). The Effectiveness of Short Video Content in Social Media Marketing. *Journal of Media Studies*, 27(3), 89-105.
- Anguera, M. T. (2003). La observación en la investigación cualitativa. *Methodology in Qualitative Research*, 5, 197-218.
- Apasrawirote, S., Buranasin, B., & Yodphet, C. (2022). The Power of Short-Form Videos in Shaping Social Media Trends. *Journal of Digital Marketing*, 15(1), 52-66.
- Bucknell Bossen, C., & Kottasz, R. (2020). Digital Storytelling in Short-Form Video Content. *Media and Society Journal*, 39(2), 115-130.
- Calle Calle, C., Sandy, V., & Badía, M. (2020). Estrategias de comunicación digital para instituciones públicas. *Comunicación y Sociedad*, 45(6), 234-249.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16, 297-334.
- Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2014). *Internet, Phone, Mail, and Mixed-Mode Surveys: The Tailored Design Method*. Wiley.
- Disruptivo. (2024). *Reels: La herramienta que transforma la comunicación institucional. Informe de tendencias en redes sociales*.
- Freberg, K. (2021). *Social Media for Strategic Communication: Creative Strategies and Research-Based Applications*. SAGE Publications.
- González, R. (2023). Estrategias digitales en el sector público: Cómo mejorar la comunicación con la ciudadanía. *Journal of Public Affairs*, 23(4), 321-335.
- Gómez Palomares, I. (2023). Impacto del formato vertical en el consumo de contenido en redes sociales. *Digital Media Insights*, 18(1), 45-63.

- González Luque, M., et al. (2022). Narrativa Digital en Redes Sociales y Conexión con la Audiencia. *Revista de Comunicación Digital*, 10(5), 201-215.
- Guevara, J., Sevillano, E., & López-Gutiérrez, F. (2021). El impacto de los videos cortos en la comunicación digital. *Revista Iberoamericana de Comunicación*, 13(2), 108-124.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Hernández-Nieto, R. (2002). Contribución al estudio de la validez de contenido: Un enfoque de generalizabilidad. *Revista de Investigación en Psicología*, 5, 213-240.
- Ipsmark. (2022). Los Reels y su impacto en el *engagement* de las redes sociales. *Journal of Marketing Analysis*, 14(3), 89-101.
- Kang, J., & Lou, C. (2022). Affective Engagement in Social Media: The Role of Short Videos. *Journal of Marketing Communications*, 28(1), 65-79.
- Kostić, M., & Šarenac, J. (2020). The Rise of Social Media and Changes in Media Consumption Patterns. *European Journal of Communication*, 35(2), 189-204.
- Kvale, S. (1996). *InterViews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. SAGE Publications.
- López Jimenez, M. (2003). Medición del impacto de la comunicación pública: Herramientas y enfoques. *Public Administration Review*, 36(4), 231-245.
- MarketingDirecto.com. (2011). El poder del video en la comunicación digital. <https://www.marketingdirecto.com>
- Menon, M. (2022). Short-Form Content Strategy in the Digital Age. *International Journal of Media Studies*, 29(7), 52-78.
- Mentinno, J. (2024). Transformaciones digitales en América Latina: Impacto en el consumo cultural. *Latin American Digital Studies*, 22(3), 117-130.
- Miralles, P. (2023). La identidad cultural en la era digital: Narrativas y Reels. *Journal of Cultural Communication*, 41(2), 198-215.
- Paulussen, S., & Harder, R. (2014). *Social Media and the News: Global Perspectives on News and Social Media*. Routledge.
- Ruiz Mitjana, A. (2019). Comunicación digital y cohesión social en redes. *Revista de Comunicación Social*, 25(3), 68-82.
- Sánchez, L., & Muñoz, F. (2019). Uso de Facebook Insights para medir la interacción en redes sociales. *Revista de Marketing Digital*, 9(4), 67-82.
- Serrano, A., & Alonso, M. (2004). *Teoría de la comunicación: Conceptos y modelos*. McGraw-Hill.
- Shutsko, A. (2020). TikTok and the Rise of Short-Form Video. *Digital Content Review*, 7(3), 101-120.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An Integrative Theory of Intergroup Conflict. In W. G. Austin, & S. Worchel, (eds.). *The Social Psychology of Intergroup Relations* (pp. 33-47). Brooks/Cole.
- Valdatti, A. (2021). La evolución de los reels en la comunicación digital. *Social Media Journal*, 11(5), 114-122.

Wang, T., & Wu, Q. (2021). Short Video Platforms and User Engagement: An Empirical Study of TikTok. *Journal of Consumer Research*, 27(8), 45-58.

Zhao, X., Chen, S., & Li, Y. (2021). Social Media Engagement and Short-Form Video Content: A New Era of Digital Marketing. *Journal of Marketing Insights*, 38(1), 72-89.

Autores

Roberto Carlos Herrera Morales. Cuarto nivel de posgrado de Maestría en Comunicación Estratégica Digital y Audiovisual, Asistente de comunicación, speaker, conferencista e investigador de la Universidad Católica de Cuenca

José Luis Rodríguez Manzano. Universidad Católica de Cuenca.

Declaración

Conflicto de interés

No tenemos ningún conflicto de interés que declarar.

Financiamiento

Sin ayuda financiera de partes externas a este artículo.

Nota

El artículo es original y no ha sido publicado previamente.