



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE (UTN)**

## **FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA (FECYT)**

### **CARRERA DE COMUNICACIÓN EN LÍNEA**

#### **INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR, MODALIDAD DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

##### **TEMA:**

**“ANÁLISIS DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK E INSTAGRAM EN LA CONSTRUCCIÓN  
DE IDENTIDAD Y VALORES EN JÓVENES DE 17 A 29 AÑOS DE LA PARROQUIA  
CUTUGLAGUA - CANTÓN MEJÍA”**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título en Licenciado en  
Comunicación

**Línea de Investigación:** Desarrollo Social y del Comportamiento Humano

**Autor:** Joel Eduardo Lemus Cañar

**Director (A):** MSc. Judith Mercedes Bayas Jiménez

**Ibarra – Enero – 2026**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1753211877		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Lemus Cañar Joel Eduardo		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Palenque y Catarama - Sector San Bartolo		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:jelemusc@utn.edu.ec">jelemusc@utn.edu.ec</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>		<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0987174783

DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	“Análisis de las redes sociales Facebook e Instagram en la construcción de identidad y valores en jóvenes de 17 a 29 años de la parroquia Cutuglagua - cantón Mejía”
<b>AUTOR (ES):</b>	Lemus Cañar Joel Eduardo
<b>FECHA: DD/MM/AAAA</b>	26/Enero/2026
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	Licenciado en Comunicación
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Msc. Judith Mercedes Bayas Jiménez Msc. Gabriela Augusta Garcés Delgado

## CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 26 días del mes de enero de 2026

### EL AUTOR:



.....  
*Joel Eduardo Lemus Cañar*  
C.C.: 1753211877

# **CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

Ibarra, 26 de enero de 2026

MSc. Judith Bayas Jiménez

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

## **CERTIFICA:**

Haber revisado el presente informe final del trabajo de integración curricular, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Unidad Académica de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.



.....  
*MSc. Judith Bayas Jiménez*

*C.C.: 1002798096*

## **DEDICATORIA**

De manera especial dedico a las personas que han sido un pilar fundamental durante todo mi proceso de formación universitaria, acompañándome no solo en los logros, sino también en los momentos de dificultad. Cada etapa en la carrera ha estado marcada por su ayuda constante, comprensión y confianza. A mis padres, quienes desde siempre me han brindado un apoyo incondicional. Su esfuerzo, sacrificio y ejemplo de perseverancia han sido la base sobre la cual he construido mis metas. Gracias a su motivación permanente y a los valores que me han inculcado, he aprendido a enfrentar los retos con responsabilidad, disciplina y constancia, sin perder de vista la importancia del esfuerzo y la superación personal. A mi hermana, por su guía, consejos y atención para ayudarme en cada momento que lo requerí. Su acompañamiento ha sido un respaldo importante que me permitió mantenerme firme y enfocado en mis objetivos académicos. A mi pareja, por su buena voluntad, predisposición y colaboración a lo largo de este proceso. Pues su confianza en mis capacidades fueron un impulso fundamental para seguir adelante y culminar con éxito este trabajo de titulación.

A todos ustedes, gracias por ser parte esencial de este logro, que no solo representa un esfuerzo individual, sino también el resultado del apoyo y la unión de quienes siempre creyeron en mí.

## AGRADECIMIENTOS

A Dios, por concederme la constancia, la serenidad y la fortaleza necesaria para culminar este proceso académico, el cual representó no solo un reto intelectual, sino también un aprendizaje personal significativo.

A mis padres, expreso un profundo reconocimiento por el acompañamiento permanente que me brindaron a lo largo de mi formación universitaria. Su confianza, esfuerzo y compromiso fueron un soporte esencial en cada etapa de este camino, impulsándome a mantener la responsabilidad, la perseverancia y la convicción de alcanzar mis objetivos profesionales.

A mi hermana, agradezco sinceramente por su orientación, disposición y respaldo constante. Su consejo oportuno y su apoyo desinteresado contribuyeron de manera significativa al desarrollo de este trabajo y a mi crecimiento académico.

A mi pareja, manifiesto mi gratitud por su comprensión, paciencia y apoyo continuo durante este proceso. Su acompañamiento emocional y su motivación constante fueron determinantes para enfrentar las exigencias de este proyecto y culminarlo con éxito.

De manera especial, agradezco a mi asesora de tesis, Gabriela Garcés, por su acompañamiento académico, su criterio profesional y sus valiosas observaciones, las cuales permitieron fortalecer y orientar adecuadamente esta investigación. Asimismo, expreso mi agradecimiento a la directora de tesis, Judith Bayas, por su apoyo institucional y su aporte al cumplimiento de este importante objetivo académico.

Finalmente, agradezco a los docentes de la carrera por los conocimientos impartidos y la formación académica brindada, así como a las personas que participaron en esta investigación, cuya colaboración fue indispensable para la realización de este trabajo.

## RESUMEN

Las redes sociales se han establecido como espacios fundamentales en la vida diaria de los jóvenes, afectando de manera directa sus modos de comunicación, interacción y desarrollo de su identidad. Este estudio examina el uso de Facebook e Instagram y su impacto en la formación de la identidad y los valores de los jóvenes en un entorno parroquial, considerando estas plataformas como lugares de expresión comunitaria, reconocimiento social y participación personal. La investigación se llevó a cabo con un enfoque mixto, integrando métodos cuantitativos y cualitativos. Se realizaron encuestas a jóvenes que usan ambas plataformas para conocer con qué frecuencia las utilizan, qué tipo de contenido comparten y cómo ven la interacción en el mundo digital. Adicionalmente, se hicieron entrevistas a personas de instituciones y a una experta, lo que permitió cruzar la información práctica con puntos de vista analíticos sobre las dinámicas de comunicación entre los jóvenes. Los hallazgos revelan que Facebook continúa siendo un lugar importante para obtener información y relacionarse socialmente, mientras que Instagram se centra más en la expresión visual y emocional. El uso conjunto de ambas redes demuestra que la identidad digital de los jóvenes es adaptable y varía según el contexto, construyéndose a través de la autoexpresión, la interacción y la toma de contenido externo. Además, se nota que las dinámicas de reconocimiento social impactan en la forma en que se ven a sí mismos y en la interpretación de sus valores.

**Palabras clave:** redes sociales, Facebook, Instagram, juventud, identidad, valores.

## **ABSTRACT**

Social networks have become fundamental spaces in the daily lives of young people, directly affecting their ways of communication, interaction, and identity development. This study examines the use of Facebook and Instagram and their impact on the construction of identity and values among young people in a parish context, considering these platforms as spaces for community expression, social recognition, and personal participation. The research was conducted using a mixed-methods approach, integrating quantitative and qualitative techniques. Surveys were administered to young users of both platforms to identify frequency of use, types of content shared, and perceptions of digital interaction. In addition, interviews were conducted with institutional actors and an expert, allowing for the triangulation of empirical data with analytical perspectives on youth communication dynamics. The findings reveal that Facebook continues to play an important role as a space for information and social connection, while Instagram is more focused on visual and emotional expression. The combined use of both networks shows that young people's digital identity is adaptable and context-dependent, constructed through self-expression, interaction, and the appropriation of external content. Furthermore, social recognition dynamics influence how young people perceive themselves and interpret their values.

**Keywords:** social networks, Facebook, Instagram, youth, identity, values

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>3</b>
1.1 Perspectivas teóricas sobre redes sociales e identidad.....	3
1.1.1 Teoría de la construcción social del conocimiento.....	3
1.1.2 Teoría del interaccionismo simbólico.....	4
1.1.3 Cultura digital .....	4
1.2 Redes Sociales y juventud.....	5
1.2.1 Conceptualización de redes sociales.....	5
1.2.2 Facebook e Instagram: características y uso entre jóvenes .....	6
1.2.3 Acceso y uso de redes sociales en contextos rurales.....	7
1.3 Identidad juvenil.....	7
1.3.1 Concepto de identidad personal y social .....	7
1.3.2 Construcción de identidad en entornos digitales .....	8
1.3.3 La validación social y la imagen proyectada.....	9
1.4 Valores y cultura digital.....	9
1.4.1 Concepto de valores y su formación en la adolescencia .....	9
1.4.2 Redes sociales como espacios de transmisión y reinterpretación de valores.....	10
1.4.3 Influencia de la cultura digital en contextos rurales.....	11
1.5 Parroquia rural de Cutuglagua.....	11
1.5.1 Conectividad y acceso a la tecnología.....	12
1.5.2 Identidad cultural .....	12
<b>CAPÍTULO II: MATERIALES Y MÉTODOS.....</b>	<b>13</b>
2.1 Tipo de investigación.....	13
2.2 Técnicas e instrumentos: .....	13
2.2.1 Encuesta .....	13
2.2.2 Entrevistas semiestructuradas.....	14
2.3 Preguntas de investigación .....	14
2.4 Matriz de operacionalización de variables .....	15
2.5 Participantes (Población y muestra) .....	18
2.6 Procedimiento y análisis de datos.....	19
2.7 Diseño y validación de instrumentos.....	19
2.8 Trabajo de Campo y Levantamiento de Información .....	19
2.9 Sistematización y análisis de datos.....	20
<b>CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>21</b>
3.1 Resultados descriptivos de muestra.....	21
3.2 Resultados de la encuesta.....	22
3.3 Análisis general.....	43
3.4 Resultados de las entrevistas.....	44

3.5	Discusión de los resultados .....	52
	<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>59</b>
	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>61</b>
	<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>63</b>
	<b>ANEXOS</b> .....	<b>65</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Matriz de operacionalización de variables del objetivo general .....	15
<b>Tabla 2</b> Matriz de operacionalización de variables del objetivo específico uno .....	16
<b>Tabla 3</b> Matriz de operacionalización de variables del objetivo específico dos .....	16
<b>Tabla 4</b> Matriz de operacionalización de variables del objetivo específico tres .....	17
<b>Tabla 5</b> Matriz de resumen de las entrevistas 1.....	44
<b>Tabla 6</b> Matriz de resumen de las entrevistas 2.....	49

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Ranking por usuarios para América Latina .....	6
<b>Figura 2</b> Edad de los participantes .....	22
<b>Figura 3</b> Género de los participantes.....	23
<b>Figura 4</b> Lugar de residencia.....	24
<b>Figura 5</b> Redes sociales utilizadas.....	25
<b>Figura 6</b> Cuentas activas en redes sociales.....	26
<b>Figura 7</b> Frecuencia de uso Facebook e Instagram .....	27
<b>Figura 8</b> Dispositivo más usado para Facebook e Instagram .....	28
<b>Figura 9</b> Contenido mayormente consumido en Facebook e Instagram .....	29
<b>Figura 10</b> Contenido publicado con más frecuencia .....	30
<b>Figura 11</b> Perfiles públicos con los cuales las personas se identifican.....	31
<b>Figura 12</b> ¿Por qué se identifican con esos perfiles públicos? .....	32
<b>Figura 13</b> Publicaciones que reflejan la personalidad .....	33
<b>Figura 14</b> Cambio en la forma de ser influenciada por Facebook e Instagram.....	34
<b>Figura 15</b> Imagen en redes sociales en cuanto a afectación a opiniones ajenas.....	35
<b>Figura 16</b> Narrativas preferidas.....	36
<b>Figura 17</b> Contenido compartido y su expresión con la identidad.....	37
<b>Figura 18</b> Aceptación de cultura local en Facebook e Instagram .....	38
<b>Figura 19</b> Valores promovidos en Facebook e Instagram.....	39
<b>Figura 20</b> Importancia de reacciones y comentarios en publicaciones .....	40
<b>Figura 21</b> Apreciación sobre reacciones negativas en publicaciones.....	41
<b>Figura 22</b> Apreciación de valores en cuanto a interacciones en Facebook e Instagram .....	42

## INTRODUCCIÓN

Ante el aumento continuo en la utilización de plataformas sociales como Facebook e Instagram, se hace imperativo examinar de qué forma los jóvenes de la parroquia Cutuglagua interactúan en estos espacios digitales y cómo estas redes impactan en la formación de su identidad y valores. Si bien estas plataformas constituyen entornos para la interacción, la expresión y el acceso a datos, su utilización no ocurre de manera uniforme, sino que está influenciada por particularidades socioculturales vinculadas al contexto local.

En una zona con rasgos rurales y procesos de urbanización en desarrollo, las interacciones digitales se combinan con prácticas comunitarias convencionales, creando innovadoras maneras de relacionarse, comunicarse y presentarse socialmente. Aunque plataformas como Facebook e Instagram brindan posibilidades para potenciar conexiones sociales, manifestar puntos de vista y hacer visibles vivencias locales, igualmente presentan dificultades relacionadas con la brecha digital, el acceso desigual a la tecnología y la influencia de contenidos globales que pueden afectar los referentes culturales de la comunidad. Esta situación requiere un enfoque analítico sobre la forma en que los jóvenes utilizan estos entornos para forjar su identidad personal y social, cómo equilibran los valores comunitarios frente a relatos externos y de qué forma las interacciones en línea afectan su sentido de pertenencia y compromiso social.

El presente estudio utiliza metodologías como encuestas y entrevistas semiestructuradas con la finalidad de obtener datos sobre las costumbres digitales de los jóvenes, los diversos tipos de contenido que consumen y difunden, así como las percepciones que tienen sobre la influencia de las redes sociales en su día a día, mediante la utilización de estos instrumentos, se pretende determinar cuáles son las plataformas más frecuentes, los propósitos que les otorgan y los elementos sociales, culturales y comunicativos que influyen en la apropiación de estos entornos digitales en la parroquia. La evaluación de los datos recolectados facilitará una reflexión sobre la función que desempeñan Facebook e Instagram como espacios de interacción social, expresión y construcción comunicacional, analizando si estas plataformas favorecen la consolidación de la identidad juvenil y los valores comunitarios o, en cambio, fomentan dinámicas de validación social y modelos aspiracionales desvinculados del contexto local.

La juventud de la parroquia constituye el grupo principal que se beneficiará de esta investigación, ya que tendrán la oportunidad de identificarse como participantes activos en el ámbito digital y reflexionar sobre cómo utilizan las redes sociales en vinculación con su identidad y sus valores. De forma indirecta, los hallazgos también beneficiarán a instituciones académicas, entidades comunitarias y al GAD, al proporcionar recursos que faciliten la mejora de las estrategias de comunicación, la participación de los jóvenes y la educación digital adaptada al contexto.

El propósito principal de esta investigación, es analizar el efecto que tiene el uso de Facebook e Instagram en la formación de la identidad y valores entre los jóvenes de 17 a 29

años de edad. Con este propósito, se establecen como metas particulares examinar las modalidades de interacción presentes en estas plataformas y su conexión con la identidad de los jóvenes; valorar de qué manera el material consumido y difundido impacta en la percepción tanto individual como social de los adolescentes; y desarrollar estrategias enfocadas en los usos y funciones predominantes de estas redes en la rutina diaria, teniendo en cuenta las dinámicas culturales específicas del entorno y los retos propios del ámbito rural.

# CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

## 1.1 Perspectivas teóricas sobre redes sociales e identidad

### 1.1.1 Teoría de la construcción social del conocimiento.

La teoría de la construcción social del conocimiento, presentada por Luckmann y Berger (2012), sostiene que la realidad se construye a nivel social, y el objetivo de la sociología del conocimiento es describir cómo ocurre este proceso.

Las sociedades son una realidad objetiva y subjetiva al mismo tiempo, que necesitan una interpretación fenomenológica para darle sentido en términos de conocimiento. En cuanto a la primera, se da un proceso de institucionalización que comienza por habituarse a los actos diarios, cuyos significados crean patrones rutinarios. La justificación del conocimiento de la realidad es el segundo componente y debe ser realizada en esta fase, cuando se transmite a las generaciones futuras. Berger y Luckmann (2012), refieren que “la legitimación explica el orden institucional atribuyendo validez cognoscitiva a sus significados objetivados. La legitimación justifica el orden institucional adjudicando dignidad normativa a sus imperativos prácticos” (p. 120).

En su obra *The Social Construction of Reality*, se menciona que los aspectos de la vida cotidiana se mantienen y se construyen socialmente a través de la comunicación diaria. Bajo este contexto, digitalmente se puede usar esta teoría social en el ámbito digital aplicado a las redes sociales como Facebook e Instagram; estas redes sociales permiten a los usuarios producir y validar contenido, generando así espacios simbólicos que muestran la identidad siendo usada como negocio. Manuel Castells (2019) sostiene que las redes sociales son escenarios que se construyen a partir de interacciones sociales mediadas por algoritmos. El autor subraya que “las interacciones digitales son formas de comunicación que influyen directamente en la estructura social y en la percepción de la realidad” (p. 142).

Este proceso de construcción digital es especialmente significativo entre los jóvenes, quienes atraviesan una etapa de formación identitaria. Según Sunkel y Trucco (2012), la cultura transmedia obliga a los jóvenes a convertirse en “prosumidores”, es decir, productores y consumidores de contenidos digitales, lo cual los convierte en actores activos en la negociación de significados. En comunidades como Cutuglagua, donde coexisten tradiciones locales y narrativas digitales globalizadas, la identidad juvenil se expresa como una síntesis de ambos mundos: lo comunitario se proyecta con herramientas digitales, generando así una identidad híbrida. Se puede afirmar que las interacciones en Facebook e Instagram funcionan como entornos de validación donde las modalidades de cambio son reacciones, pertenencia y visibilidad. Las interacciones no son neutrales; pueden llegar a tener efectos en el comportamiento de los usuarios, ya que reproducen y/o transforman valores culturales. Por tanto, el estudio de estas plataformas digitales es importante para conocer cómo perciben la identidad las personas jóvenes.

### **1.1.2 Teoría del interaccionismo simbólico**

El interaccionismo simbólico, originado en los trabajos de George Herbert Mead y consolidado por Herbert Blumer (1969), plantea que las personas actúan en función de los significados que atribuyen a los objetos, situaciones y relaciones. Blumer menciona que dichos significados surgen y se modifican mediante la interacción social. En este contexto a las redes sociales se las puede entender como escenarios de interacción simbólica donde los jóvenes construyen un modelo de identidad. Además, Blumer afirma que el comportamiento humano está guiado por las cosas que para ellos tienen significado.

Goffman (1997) por su parte, contribuye con la idea de la presentación del yo como una actuación escénica, donde los individuos gestionan la impresión que desean proyectar ante los demás. En Facebook e Instagram, cada publicación, historia o imagen es una performance digital que responde a un rol social. El “escenario” está dado por la interfaz de la plataforma, y la audiencia por los contactos que reaccionan o comentan. Según Goffman, “la vida social puede entenderse como una representación teatral” (p. 22), lo cual cobra especial relevancia cuando se analiza el uso estético y simbólico que los jóvenes hacen de sus redes. Boyd y Ellison (2007) en su investigación sobre adolescentes en la era digital, argumenta que los jóvenes utilizan las redes sociales para “explorar diferentes dimensiones de su identidad” frente a diversas audiencias (p. 18).

A pesar que la experiencia identitaria puede llegar a ser enriquecedora, también conlleva riesgos como: la validación digital, presión de grupo y la comparación con otros modelos de identidad. Todo lo antes mencionado afecta a la autoestima. Otro punto a mencionar es que no todo es negativo en las redes sociales, ya que permiten al usuario formar una personalidad al ejercer su libre derecho de escoger preferencias basadas en su propio criterio.

### **1.1.3 Cultura digital**

La cultura digital se refiere a los modos de vida, comunicación, representación y significación que emergen en torno al uso de tecnologías digitales. Según Henry Jenkins (2008), vivimos en una cultura donde ya no solo somos protagonistas, sino que también somos actores en la creación de contenidos. Esto modifica en gran manera cómo los jóvenes interactúan entre ellos. Jenkins (2008) también menciona que el ambiente participativo es necesario para fomentar el aprendizaje colaborativo y la producción de conceptos simbólicos. Este fenómeno se puede ver en la creación de reels, historias, challenges o campañas virales.

El Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO, 2023) sostiene que la cultura digital no solo implica el acceso a tecnología, sino una forma de percibir el mundo y establecer relaciones sociales. Esta perspectiva es crucial para entender cómo los jóvenes configuran su percepción de sí mismos y del entorno a partir de sus interacciones digitales.

En comunidades rurales, la cultura digital permite superar barreras geográficas y participar en escenarios simbólicos globales. A través de las redes, los jóvenes pueden compartir de su diario vivir, y crear nuevas ideas y conceptos que fortalecen su comunidad. De Herrera y Figueroa (2019) se puede destacar que las redes sociales se han convertido en los nuevos agentes de socialización facilitando el aprendizaje colaborativo, la formación de valores y la participación ciudadana. En el caso de los jóvenes que viven en ruralidad, estas plataformas digitales representan oportunidades para expresar preocupaciones sociales, promover el sentido de pertenencia y fortalecer la identidad comunitaria. Estas formas de participación se han vuelto fundamentales para promover causas, compartir experiencias personales y establecer redes de apoyo.

## **1.2 Redes Sociales y juventud.**

### **1.2.1 Conceptualización de redes sociales**

Las redes sociales digitales pueden entenderse como entornos virtuales que facilitan la creación, articulación y mantenimiento de conexiones entre individuos o grupos, a través de plataformas diseñadas para la interacción y gestión de relaciones. Boyd y Ellison (2007) definen a las redes sociales como servicios digitales basados en la web que permiten a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema con límites, facilitar una lista de otros usuarios con los que se comparte una conexión física o enteramente digital, y ver y recorrer su lista de contactos y las conexiones hechas por otros usuarios. Este concepto revela la estructura detrás del funcionamiento de estas plataformas, que operan como redes socio-tecnológicas donde la comunicación y la representación interactiva se entrelazan constantemente para crear modelos a seguir.

Desde una perspectiva sociocultural, Manuel Catells (2009) enfatiza que las redes sociales digitales no solo permiten la comunicación interpersonal, sino que configuran nuevas formas de poder y pertenencia. Según el autor, “las redes son formas organizativas de la sociedad que se estructuran sobre la base de la tecnología digital, generando una lógica de interacciones horizontales y descentralizadas” (p.23).

Por lo antes mencionado, las redes sociales no deben verse únicamente como espacios recreativos, sino como plataformas estructurales donde se pueden producir relaciones sociales estructuradas y dinámicas donde ambas partes comparten experiencias. Por ejemplo, Facebook e Instagram permiten a los usuarios narrar sus experiencias, conectarse con comunidades, expresar posturas políticas y/o culturales y también participar en procesos de construcción mediática. De acuerdo con Galeano (2018) “las redes digitales actúan como escenarios simbólicos donde los jóvenes reconfiguran sus significados del mundo, adaptándolos a su realidad local y sus aspiraciones globales” (p. 53). Esta doble función permite a los usuarios rurales apropiarse de tecnologías digitales para afirmar su presencia social, generar redes de apoyo y redefinir su identidad colectiva.

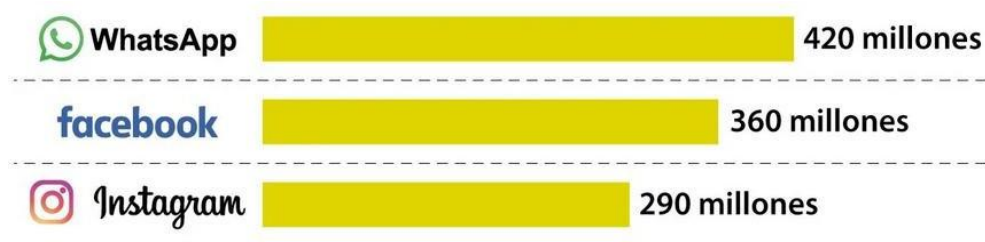
## 1.2.2 Facebook e Instagram: características y uso entre jóvenes

Facebook, creada en 2004, permite compartir textos, enlaces, fotografías, crear grupos y eventos, facilitando así la interacción con diversos públicos y la difusión de información. Instagram, en cambio, desde su aparición en 2010, se ha centrado en la publicación de contenido visual con alta carga estética, como fotografías, historias y reels, lo cual promueve una representación más cuidada y simbólica de la identidad juvenil (Herrera y Figueroa 2019).

Estas redes sociales se han consolidado como las plataformas digitales más utilizadas por los jóvenes en América Latina, cumpliendo funciones distintas pero complementarias en la configuración de identidades. El estudio basado en cerca de 2.000 encuestas en países claves como Colombia, México y Brasil, Facebook se mantiene como la red preferida, al ser elegida por 47,3% de los encuestados entre generaciones como su plataforma favorita, mientras que Instagram es la favorita de los adultos jóvenes con 44,2% de preferencia. (Lemos 2025).

### Figura 1

*Ranking por usuarios para América Latina*



Tomado de: Diario la Republica. (2025).

Según datos de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM 2022), los jóvenes utilizan Instagram principalmente como una plataforma para expresar emociones, construir una imagen estética y experimentar con filtros y narrativas visuales. Facebook, en cambio, es empleado para mantener vínculos familiares, seguir páginas de interés, participar en grupos comunitarios y acceder a información local. Esta diferencia funcional refleja también una segmentación simbólica del uso de redes, donde Instagram se asocia a lo aspiracional y Facebook a lo cotidiano y lo relacional. Esta dualidad es evidente. Para estar al tanto de las tendencias a nivel mundial, los jóvenes utilizan Instagram. Por otro lado, Facebook continúa siendo un lugar para tener la sensación de pertenencia a la comunidad local. Esta circunstancia muestra una identidad híbrida que combina componentes rurales y urbanos, además de digitales y tradicionales.

### **1.2.3 Acceso y uso de redes sociales en contextos rurales.**

El acceso a redes sociales en zonas rurales ha estado condicionado por factores estructurales como la cobertura de internet, la disponibilidad de dispositivos tecnológicos y la capacidad económica de los hogares. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC 2020), el 40 % de los hogares rurales en Ecuador tiene acceso regular a internet. No obstante, la creatividad juvenil ha llevado a estrategias de apropiación como el uso de cibercafés, redes comunitarias compartidas o el préstamo de celulares entre familiares y vecinos.

Ortega (2000) menciona que “los jóvenes en situación de ruralidad han llegado a ser participantes activos de la cultura digital, ya que han establecido prácticas particulares para interactuar en las redes sociales y ajustarse a sus restricciones técnicas” (p.3). Este comportamiento abarca desde la publicación en horarios con mejor señal hasta hallar una coordinación para difundir contenidos de impacto en sus grupos comunitarios. Los jóvenes, a pesar de las limitaciones antes mencionadas, descubren en Facebook e Instagram lugares valiosos para expresarse, forjar sus opiniones y comunicarse con personas externas.

Los desafíos asociados con el aprendizaje de la alfabetización digital son significativos cuando se utilizan las redes sociales en áreas rurales. Muchos jóvenes se conectan a las plataformas sin haber recibido una educación previa acerca de privacidad, pensamiento crítico y seguridad digital. Esto podría dar lugar a circunstancias de gran vulnerabilidad frente a presiones sociales, acoso en línea o noticias falsas. Por ello, organismos como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO 2020) recomiendan desarrollar programas educativos que fortalezcan las competencias digitales en jóvenes de zonas rurales, integrando el contexto comunitario a las dinámicas globales de comunicación.

## **1.3 Identidad juvenil**

### **1.3.1 Concepto de identidad personal y social**

La identidad es un concepto central en la psicología del desarrollo y en las ciencias sociales, ya que se refiere a la percepción que una persona tiene de sí misma y de su pertenencia a ciertos grupos. Flores y Moran (2009) sostiene que la adolescencia y la juventud son etapas críticas para la formación de la identidad personal, ya que los individuos enfrentan el desafío de integrar sus experiencias pasadas con las aspiraciones futuras, en este proceso se definen aspectos como los valores, los roles sociales y las creencias personales. Según Erikson, “la identidad se forma mediante la síntesis de múltiples identificaciones previas y la exploración activa de nuevas posibilidades” (p. 128).

Desde la psicología social con autores como Taylor y Bogdan (1994) se introduce el concepto de identidad social, que se refiere al sentimiento de pertenencia a un grupo y a la valoración emocional derivada de esa pertenencia. Taylor (1994) argumenta que los individuos desarrollan su identidad en función de los grupos a los que pertenecen y que esta pertenencia influye en su autoestima y en su forma de relacionarse con los demás. En el

contexto de las redes sociales, los grupos virtuales, las comunidades digitales y las afinidades simbólicas adquieren un papel relevante como nuevos espacios de construcción de identidad social. En las áreas rurales, esta doble dimensión de la identidad se vuelve más compleja, ya que los jóvenes establecen su identidad entre lo moderno y lo tradicional, así como entre lo local y lo global. Las redes sociales posibilitan que un joven manifieste al mismo tiempo su orgullo por la cultura de su comunidad y su interés por las tendencias.

Esta convivencia de referencias diversas configura una identidad heterogénea, como lo señalan García Canclini (1995) al hablar de las culturas mixtas, y se expresa en prácticas cotidianas como la vestimenta, el lenguaje, la música y los valores que se comparten en línea. El concepto de identidad contemporánea debe entenderse como un proceso dinámico, multifacético y en constante negociación. Las plataformas digitales, al ofrecer nuevos espacios de expresión y validación, modifican las formas tradicionales de autodefinición. Así, comprender cómo se construyen la identidad personal y social en el entorno digital es clave para analizar las transformaciones culturales que atraviesan los jóvenes.

### **1.3.2 Construcción de identidad en entornos digitales**

La construcción de la identidad en entornos digitales implica la selección, edición y publicación de contenidos que reflejan cómo los jóvenes desean ser percibidos. Martell (2023) explica que “en redes como Instagram o Facebook, los usuarios desarrollan estrategias narrativas para presentar versiones deseadas de sí mismos, adaptando sus publicaciones a las expectativas de su audiencia” (p. 78). La estética, las reglas no escritas de cada plataforma, los algoritmos que determinan la visibilidad y las corrientes culturales predominantes inciden en alto grado en esta práctica.

El entorno digital ofrece una plataforma versátil para experimentar con distintas identidades. Según Boyd (2014), los adolescentes despliegan múltiples versiones del yo en redes sociales, explorando facetas personales que no siempre pueden expresar en el espacio físico. Esta exploración puede ser positiva al fomentar la creatividad y la autoexpresión, pero también puede generar tensiones si existe una brecha significativa entre el yo real y el yo digital. Boyd afirma que “la presentación del yo en línea requiere de habilidades para negociar los límites entre la autenticidad y la deseabilidad social” (p. 24).

Los entornos digitales no son solo escaparates donde se muestra la identidad, sino espacios donde se experimenta, se ensaya y se transforma. Las narrativas que los jóvenes construyen en redes sociales son el resultado de una interacción compleja entre sus aspiraciones personales, las dinámicas de la plataforma y las normas culturales que circulan en su entorno. Estudiar estas dinámicas permite comprender con mayor profundidad la experiencia identitaria de la juventud en contextos rurales digitalizados.

### **1.3.3 La validación social y la imagen proyectada**

La validación social es uno de los componentes más influyentes en la experiencia digital de los jóvenes. En el contexto de las redes sociales, esta validación se materializa en métricas visibles como los “me gusta”, los comentarios, los seguidores y las visualizaciones. Marwick (2013) sostiene que estos elementos funcionan como una “moneda simbólica” que regula la autoestima y el sentido de pertenencia de los usuarios (p. 87). En este sentido, las plataformas digitales no solo permiten mostrar la identidad, sino que también condicionan cómo se valora esa identidad en función de la respuesta de los demás.

En las investigaciones sobre la validación a un nivel psicológico. La UNESCO (2020) advierte, en particular para los adolescentes, que la constante exposición a la dura crítica pública en las redes sociales puede ocasionar altos niveles de inseguridad, dependencia emocional o ansiedad. Por ejemplo, cuando la imagen proyectada se convierte en una construcción meticulosamente adaptada, existe un gran riesgo de que se aleje considerablemente de la verdadera identidad del usuario. Este desajuste puede causar una gran incomodidad emocional, sobre todo si la validación externa no está alineada con las expectativas propias.

De esta manera, la validación social en las redes no es solamente una dinámica superficial. Es un procedimiento simbólico que influye en la autocomprensión, la confianza en sí mismo y la autoevaluación de la identidad. Por ende, saber que la validación social es una connotación psicológica real da lugar a diseñar estrategias educativas y comunicativas que puedan promover el libre albedrío digital de los jóvenes, incluido el uso crítico y consciente de los servicios de redes sociales.

## **1.4 Valores y cultura digital**

### **1.4.1 Concepto de valores y su formación en la adolescencia**

Los valores son construcciones sociales que orientan el comportamiento humano, definen lo que una comunidad considera aceptable y guían las decisiones individuales y colectivas. Durante la adolescencia, la formación de valores se convierte en un proceso clave del desarrollo psicosocial, ya que los jóvenes se enfrentan a nuevos contextos, relaciones y desafíos que requieren la elaboración de criterios éticos propios. Según Kohlberg (1981), el juicio moral se desarrolla por etapas, pasando de una moral heterónoma basada en la autoridad externa, a una moral autónoma donde el individuo reflexiona y elige sus principios de forma consciente. En esta etapa, los adolescentes no solo consolidan los valores adquiridos en la infancia a través de la familia y la escuela, sino que también los contrastan con nuevas fuentes de influencia, como los pares, los medios de comunicación y, actualmente, las redes sociales.

Erikson (1968), por ejemplo, considera la adolescencia como una etapa de exploración y definición de valores que resultan en la identidad definida como un marco de valores

coherente que proporciona un propósito y una sensación de propósito y pertenencia. En este sentido, los jóvenes adoptan, adaptan o rechazan valores determinados por sus experiencias, en un contexto de las influencias socioculturales circundantes. Esto indica al mismo tiempo, la tensión entre perspectivas culturales locales que a menudo se refleja en cambios a nivel individual inducidos por narrativas locales devaluadas y, por otro lado, competencia.

Entonces, los modelos globales difundidos por los medios de comunicación, que también pueden generar oportunidades para reflexiones críticas en lugar de conflicto, como sugiere Pérez Tapias (2000), que cree que los valores en la sociedad contemporánea son pedagógicos. La adolescencia, entonces, debe entenderse como una etapa de transición compleja en la que los valores no son simplemente heredados, más bien, negociados activamente. Esta negociación ocurre tanto en el ámbito privado como en los escenarios públicos, especialmente en los entornos digitales donde los jóvenes se exponen a múltiples discursos, ideologías y prácticas culturales que desafían o refuerzan sus esquemas morales previos.

#### **1.4.2 Redes sociales como espacios de transmisión y reinterpretación de valores**

Las redes sociales han emergido como nuevos espacios simbólicos donde se construyen, transmiten y reinterpretan valores. A diferencia de los medios tradicionales, donde el receptor tenía un rol pasivo, en las plataformas digitales el usuario es también productor de contenidos, lo que le permite participar activamente en la circulación de ideas, creencias y normas éticas. Castells (2009) sostiene que “las redes digitales constituyen una nueva forma de poder simbólico, ya que moldean no solo el acceso a la información, sino también las formas de pensar y valorar el mundo” (p. 115).

Los jóvenes comparten en Facebook e Instagram contenidos que pueden asociarse a sus valores o a los valores de su comunidad; dado eso, por un lado, se consideran publicaciones sobre derechos humanos, cuidado ambiental, igualdad de género y respeto a la diferencia. Por otro lado, los jóvenes consumen mensajes en las mismas redes sociales advirtiendo del éxito, la belleza, el consumo y el amor. Esto puede desencadenar una tensión entre valores con florecimiento y valores con aspiraciones. Como señalan Livingstone y Helsper (2007), haciendo referencia a que “las redes sociales no necesariamente imponen valores de forma directa, sino que más bien funcionan como espacios donde los valores se negocian como una moneda mediante la interacción social” (p. 309).

Definitivamente se reinterpretan valores tradicionales a través del lenguaje digital. Por ejemplo, la solidaridad se expresa en campañas comunitarias organizadas por grupos de Facebook; el respeto a la identidad cultural se promueve mediante la publicación de fotografías y videos que exaltan las festividades locales; y la responsabilidad se manifiesta en la denuncia de problemáticas sociales. Estas prácticas reflejan una apropiación crítica de las herramientas digitales para mantener, resignificar o transformar los valores heredados.

### **1.4.3 Influencia de la cultura digital en contextos rurales**

La cultura digital ha transformado las formas de vida, comunicación y socialización en todos los contextos, incluyendo las zonas rurales. A pesar de las brechas tecnológicas han encontrado en las redes sociales una herramienta para conectarse con el mundo, expresar sus identidades y redefinir sus valores. Jenkins (2006), hablando sobre la cultura participativa, menciona que no solo los usuarios consumen, sino que también crean y modifican los contenidos, produciendo nuevos tipos de cultura popular. En contextos rurales, la participación adquiere algunas características especiales; donde los jóvenes usan Facebook para organizar un evento en su pueblo, para documentar una tradición local, para promover la venta de un producto agrícola, y para representar sus propios estilos de vida o compartir algo artístico.

Estas prácticas no solo amplían los horizontes culturales de los jóvenes, sino que también modifican las dinámicas comunitarias enormemente, generando nuevos referentes de prestigio, autoridad y pertenencia que las personas de la comunidad puedan emular. Además, según Sunkel y Trucco (2012) “la tecnología digital puede fortalecer el capital social de los jóvenes rurales si se combina con procesos educativos e inclusivos” (p. 75).

Sin embargo, la cultura digital también introduce desafíos. La homogeneización cultural, el consumismo simbólico y la exposición a discursos discriminatorios son riesgos presentes en las plataformas digitales. Muchos jóvenes rurales enfrentan una presión para adaptarse a modelos urbanos globalizados que pueden entrar en conflicto con sus prácticas culturales locales. Esta tensión puede generar sentimientos de desarraigo o inseguridad identitaria si no se cuenta con espacios de reflexión y diálogo. Por otro lado, la cultura digital también se puede convertir en una herramienta que empodera si logramos articularla con la memoria colectiva y esos saberes locales que tiene cada comunidad. Existen iniciativas bastante interesantes donde los jóvenes documentan las fiestas de su pueblo, la música que los identifica o hasta la historia de su propia comunidad, y todo esto permite que se resignifique el territorio y que se construya una identidad positiva.

Martín Barbero (2009) menciona algo que vale la pena considerar: "la cultura popular digital no es una amenaza a la tradición, sino una posibilidad de reescribirla desde nuevas gramáticas simbólicas" (p. 39). Entonces, si queremos fortalecer realmente la cultura digital en contextos rurales, no se trata únicamente de darles acceso a la tecnología, sino que también necesitamos reconocer su cultura y formar personas con pensamiento crítico.

## **1.5 Parroquia rural de Cutuglagua**

Cutuglagua es una parroquia situada en el cantón Mejía, dentro de la provincia de Pichincha. Se encuentra al sur de Quito y actúa como un vínculo entre la ciudad y las áreas más rurales del cantón. Su cercanía a la Panamericana Sur la convierte en un lugar clave, ya que ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años, con cambios y expansiones en su territorio (GAD, PDOT 2020–2024). En cuanto a su espacio físico, la parroquia donde se realizó el estudio cuenta con 39 km<sup>2</sup> aproximadamente. Su geografía combina valles, unas

pequeñas colinas y zonas agrícolas que son típicas de la región Sierra. Existen sectores que todavía siguen siendo bastante rurales y otros que se han ido urbanizando poco a poco con el tiempo; entonces, esto hace que la parroquia tenga un ambiente mixto, donde se mezcla lo tradicional con lo moderno (GAD, PDOT 2020–2024).

Según las proyecciones del PDOT, para el 2025 Cutuglagua llega a unos 25.270 habitantes. De esa cifra, unos 6.450 jóvenes tienen entre 17 y 29 años, lo que representa casi el 25 % de toda la población. Este grupo juvenil tiene un papel importante dentro de la vida comunitaria, porque son quienes más participan, se conectan y se relacionan con lo digital (GAD, PDOT 2020–2024).

### **1.5.1 Conectividad y acceso a la tecnología**

En el tema de conectividad, Cutuglagua todavía enfrenta varias limitaciones. El PDOT señala que solo cerca del 7 % de la población tiene acceso a internet fijo. Esto pasa porque no todos los hogares pueden tener telefonía fija y porque el internet móvil suele ser costoso. A pesar de eso, últimamente han surgido más planes que combinan internet, cable y telefonía, lo que ha empezado a mejorar poco a poco el acceso (GAD, PDOT 2020–2024).

La mayoría de jóvenes se conecta desde sus celulares, porque no todos tienen computadoras en casa. Por eso plataformas como Facebook e Instagram son las más usadas: son fáciles de manejar, no consumen demasiados datos y les permiten mantenerse informados, interactuar con amigos, ver contenido local y expresar quiénes son.

### **1.5.2 Identidad cultural**

En el aspecto cultural, Cutuglagua es una parroquia muy variada. La población está compuesta por individuos que han llegado de varias regiones del país en distintos momentos. Por esa razón, es difícil hallar un solo aspecto que caracterice la identidad de toda la parroquia. A pesar de eso, todavía se conservan costumbres antiguas como las mingas, las celebraciones religiosas que se realizan anualmente, el trabajo en el campo y ese sentimiento de comunidad que caracteriza a la vida rural en las provincias de la sierra de Ecuador. Sin embargo, al mismo tiempo, las personas que llegan, ya sea por vacaciones o empleo, junto con el impacto de la ciudad y lo digital, se han transformado considerablemente de la manera en que viven y se conectan. Ellos se desarrollan entre las tradiciones de su comunidad y las modas que observan en las plataformas digitales. Esto crea una identidad mixta, en la que se unen sus orígenes locales con lo que utilizan en el ámbito digital (GAD, PDOT 2020–2024).

## CAPÍTULO II: MATERIALES Y MÉTODOS

### 2.1 Tipo de investigación

Esta investigación utilizó un método mixto con un enfoque tanto descriptivo como analítico, que permitió abordar el objeto de estudio tanto desde una perspectiva cuantitativa como cualitativa. El análisis del fenómeno se estudió desde dos perspectivas: la evaluación de comportamientos visibles y la comprensión de los significados que los jóvenes otorgan a su experiencia en redes sociales. La parte descriptiva permitió detectar y organizar patrones de uso, grados de interacción, formas de contenido compartido y opiniones generales sobre Facebook e Instagram, ofreciendo una base empírica clara sobre la manera en que el uso de estas plataformas se presenta en los jóvenes.

El enfoque analítico permitió profundizar más allá de lo evidente, explorando el entendimiento de los procesos sociales que apoyan estas prácticas digitales. Es preciso mencionar que, fue posible entender cómo las interacciones, los contenidos y las dinámicas de validación afectan la formación de la identidad juvenil y la interpretación de valores. No solo las acciones de los jóvenes en redes sociales, sino también las razones detrás de estas y el significado que adquieren estas prácticas en su rutina diaria.

Por un lado, se utilizaron encuestas para obtener datos concretos sobre la frecuencia de uso de redes sociales, los contenidos consumidos y la percepción de valores en jóvenes usuarios de Facebook e Instagram. Por otro lado, se aplicaron entrevistas para comprender cómo estos jóvenes construyeron su identidad en redes y cómo se apropiaron de ciertos valores culturales. Esta estrategia fue pertinente considerando que Cutuglagua, parroquia rural del cantón Mejía, posee una considerable densidad juvenil y un acceso creciente a tecnologías digitales (PDOT Cutuglagua, 2020-2024).

### 2.2 Técnicas e instrumentos:

Se emplearon en este estudio dos técnicas principalmente para la recolección de datos: encuestas estructuradas y entrevistas semiestructuradas.

#### 2.2.1 Encuesta

Teniendo en cuenta que las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizadas para obtener información de personas sobre diversos temas. Se diseñó un cuestionario digital con preguntas cerradas y escalas tipo Likert, aplicado a jóvenes de entre 17 y 29 años residentes en Cutuglagua, seleccionados bajo un muestreo no probabilístico por conveniencia. Este instrumento permitió recoger datos sobre el uso de Facebook e Instagram, tipo de contenido consumido y compartido, percepción de validación social, y valores observados en las redes.

## 2.2.2 Entrevistas semiestructuradas

Para complementar la información obtenida en las encuestas, se realizaron entrevistas semiestructuradas a tres conocedores del tema, dos profesionales y una autoridad parroquial. Este tipo de entrevista combinó preguntas guías con la posibilidad de profundizar en las respuestas, permitiendo explorar con mayor detalle las percepciones y experiencias de cada participante.

Los entrevistados fueron seleccionados considerando su conocimiento sobre la realidad juvenil y también por su relación directa con el uso otorgado a las redes sociales en la comunidad:

- Laura Verdezoto: Psicóloga social especializada en temas de juventud, identidad, valores y cultura digital (UCE).
- Edison Sangoluisa: Comunicador institucional del GAD parroquial de Cutuglagua.
- Carlos Chilibingua: Presidente del GAD parroquial de Cutuglagua.

Las entrevistas tocaron temas que tienen que ver con la autenticidad digital, cómo influyen los referentes, la presión social que existe, la transformación de esos valores tradicionales y también la manera en que los jóvenes proyectan su identidad en redes como Facebook o Instagram.

Según lo que mencionan Taylor y Bogdan (1994), “las entrevistas semiestructuradas permiten conseguir información con bastante profundidad y flexibilidad sobre las percepciones, las experiencias y los significados personales que tienen los participantes” (p.16). Esta característica las convierte en una herramienta que vale mucho para poder comprender fenómenos sociales desde una perspectiva cualitativa, porque permiten que los entrevistados expresen sus ideas con libertad y desde lo que ellos han vivido.

## 2.3 Preguntas de investigación

Las siguientes preguntas orientaron el proceso investigativo y serán respondidas en el capítulo de resultados y discusión:

1. ¿Qué papel cumplen Facebook e Instagram en las dinámicas sociales y comunicativas de los jóvenes de Cutuglagua?
2. ¿Cómo emplean los jóvenes Facebook e Instagram para expresarse, relacionarse con otros y construir su identidad digital?
3. ¿Qué tipo de contenido comunitario o institucional es el que circula en estas redes sociales y cómo lo perciben los jóvenes de la parroquia?
4. ¿Cómo es que influye en la juventud las interacciones y los contenidos de Facebook e Instagram en la percepción de identidad y en los valores?

## 2.4 Matriz de operacionalización de variables

**Tabla 1**

*Matriz de operacionalización de variables del objetivo general*

<b>Objetivo</b>	<b>Técnica/ Instrumento</b>	<b>Variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>
<b>OG:</b> Analizar el impacto del uso de redes sociales, específicamente Facebook e Instagram, en la construcción de identidad y la asimilación de valores en los jóvenes de la parroquia Cutuglagua, considerando las dinámicas culturales locales y los desafíos digitales en su contexto rural.	Entrevistas a profesionales conocedores del tema	Frecuencia de uso de Facebook e Instagram.	Tiempo destinado	Tiempo promedio de conexión y participación en redes sociales
		Tipos de contenido consumido y publicado.	Autopercepción e interacción digital	Representación personal en redes, nivel de participación
		Figuras de referencia	Valores promovidos	Tipo de valores expresados en publicaciones, influencia percibida

Fuente: *Elaboración propia, Lemus, J. (2025)*

**Tabla 2***Matriz de operacionalización de variables del objetivo específico uno*

<b>Objetivo</b>	<b>Técnica/ Instrumento</b>	<b>Variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>
<b>OE1:</b> Analizar la interacción en Facebook e Instagram y su relación con la construcción de identidad en los jóvenes de la parroquia Cutuglagua, determinando cómo influye en sus valores dentro de este contexto cultural.	Encuestas a jóvenes de la parroquia.	Interacción digital	Frecuencia y tipo de participación	Tiempo conectado, tipos de interacción (likes, comentarios, publicaciones)
		Asimilación de valores	Reproducción de valores	Presencia de valores culturales en contenidos

Fuente: *Elaboración propia, Lemus, J. (2025)***Tabla 3***Matriz de operacionalización de variables del objetivo específico dos*

<b>Objetivo</b>	<b>Técnica/ Instrumento</b>	<b>Variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>
<b>OE2:</b> Evaluar el impacto del contenido consumido y compartido en estas plataformas sobre la percepción y autoconstrucción de la identidad personal y social en los jóvenes de la parroquia Cutuglagua.	Encuestas a jóvenes de la parroquia.	Percepción de la identidad	Construcción de identidad digital	Influencia de tendencias y estereotipos en la autopercepción
		Percepción de la identidad	Autopercepción y Autoestima	Cambios percibidos tras consumir cierto contenido

Fuente: *Elaboración propia, Lemus, J. (2025)*

**Tabla 4***Matriz de operacionalización de variables del objetivo específico tres*

<b>Objetivo</b>	<b>Técnica/ Instrumento</b>	<b>Variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>
<b>OE3:</b> Identificar los principales usos y funciones de Facebook e Instagram en la vida cotidiana de los jóvenes de Cutuglagua, reconociendo las motivaciones que guían sus interacciones digitales.	Entrevistas a profesionales conocedores del tema	Estrategias de uso	Motivaciones de interacción	Razones principales que llevan a los jóvenes a interactuar en redes
		Motivaciones de uso	Razones personales y sociales	Objetivos que busca al usar redes
		Estrategias de orientación	Propuestas de mejora	Sugerencias para el uso adecuado

Fuente: *Elaboración propia, Lemus, J. (2025)*

## 2.5 Participantes (Población y muestra)

La elección de los participantes considerados para este estudio está conformada por jóvenes de entre 17 y 29 años que residen de manera permanente en la parroquia rural de Cutuglagua, en el cantón Mejía, provincia de Pichincha. Este grupo etario representa aproximadamente el 24,9 % de la población total de la parroquia, según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT, 2020–2024). lo que los convierte en un objeto importante en la investigación, además se consideró necesario trabajar con jóvenes que tengan una relación activa con redes sociales como Facebook e Instagram, ya que estas plataformas son parte habitual de sus prácticas comunicativas, tanto para informarse como para interactuar con su entorno.

Para determinar la muestra no se aplicó una fórmula estadística, ya que el objetivo era llegar específicamente a jóvenes que mantengan actividad frecuente en redes sociales. Por esa razón, se optó por un muestreo no probabilístico por conveniencia, que permite trabajar con participantes disponibles y dispuestos a colaborar, algo que resulta práctico en contextos rurales donde el acceso y los tiempos suelen ser limitados.

Los criterios de inclusión fueron:

- Tener entre 17 y 29 años.
- Residir en la parroquia de Cutuglagua.
- Usar habitualmente Facebook o Instagram para informarse, comunicarse o interactuar.

En cuanto a la aplicación de encuestas, estas se realizaron de forma digital mediante la plataforma Google Forms. Aunque se ejecutaron dentro de la parroquia, el instrumento no fue físico; se levantó en dispositivos móviles facilitados durante el trabajo de campo y también mediante enlaces compartidos con los jóvenes. En total se recopilaron 100 encuestas, número que permitió obtener una variedad de respuestas acorde con los objetivos planteados y que refleja distintas realidades de jóvenes de varios sectores de la parroquia.

Además de las encuestas, se realizaron entrevistas semiestructuradas a tres actores vinculados directamente con el entorno juvenil y digital de Cutuglagua:

Los perfiles entrevistados fueron los siguientes:

### **Entrevista.**

Nombre completo: Carlos Efraín Chilibingua Oña

Cargo: Presidente del GAD Parroquial de Cutuglagua.

## **Entrevista.**

Nombre completo: Edison Fernando Sangoluisa Jácome

Cargo: Comunicador institucional del GAD Parroquial de Cutuglagua

## **Entrevista.**

Nombre completo: Laura María Verdezoto Paredes

Cargo: Psicóloga Social, especialista en juventud, identidad, valores y cultura digital

La metodología participativa resultó eficaz para complementar los hallazgos de la investigación, ya que permitió validar las percepciones y profundizar en la comprensión del vínculo que la juventud de Cutuglagua mantiene con el entorno digital.

## **2.6 Procedimiento y análisis de datos**

El proceso investigativo se estructuró en tres fases secuenciales e interrelacionadas, integrando herramientas metodológicas propias del campo de la comunicación. Este enfoque permitió abordar el fenómeno de estudio tanto desde la perspectiva empírica y de campo, como desde el análisis crítico del discurso y los contenidos digitales, garantizando una comprensión integral del impacto de las redes sociales en la identidad y los valores de los jóvenes de la parroquia Cutuglagua.

## **2.7 Diseño y validación de instrumentos.**

En esta fase, los instrumentos de recopilación de datos nacieron; un cuestionario digital, usado para las encuestas, y una guía temática para las entrevistas a los informantes clave. Estos dos instrumentos, diseñados con los objetivos del análisis en mente, permitieron la conexión entre las variables investigativas y las preguntas. Para garantizar validez y relevancia, se revisaron los instrumentos, recibiendo comentarios de la asesora y directora, ayudando a pulir claridad, coherencia y adecuación de las preguntas. Se buscó adaptar la redacción al contexto sociocultural de la juventud, empleando un lenguaje inclusivo, fácil, y que reflejara su mundo digital. También, se incorporaron principios de comunicación intercultural y enfoques participativos; esto es fundamental en la formación del comunicador, buscando fomentar una interacción empática y contextualizada con todos los participantes.

## **2.8 Trabajo de Campo y Levantamiento de Información**

En esta fase se levantó la información directamente en la parroquia de Cutuglagua. Para aplicar las encuestas, se usó un formulario digital en Google Forms, pero muchas respuestas se recogieron de manera presencial. Esto se debió a que varios jóvenes no contaban con un

dispositivo móvil, así que se acercaban, dialogaban conmigo y respondían el formulario desde el dispositivo móvil disponible. Por eso, aunque el instrumento era digital, la aplicación fue presencial, lo que facilitó que más personas pudieran participar sin inconvenientes.

Además, también se hicieron reuniones virtuales, tres miembros de la comunidad con relación directa con la juventud participaron, sabían mucho de las redes sociales en la parroquia. Gracias a ellos, fue posible comprender lo que ocurre con el mundo digital de Cutuglagua, mucho mejor. Por último, después de juntar todo, se organizó la información, preparada para analizarla en la próxima fase de este estudio.

## **2.9 Sistematización y análisis de datos.**

Una vez finalizada la recolección de la información cuantitativa y cualitativa, se procedió al procesamiento y análisis de los datos obtenidos a través de las encuestas y entrevistas aplicadas en la parroquia Cutuglagua. Este proceso tuvo como propósito identificar patrones, tendencias y significados relacionados con el uso de redes sociales principalmente Facebook e Instagram y su influencia en la construcción de identidad y valores en los jóvenes de entre 17 y 29 años.

Primero se hizo una tabulación de los datos cuantitativos obtenidos de las encuestas. Se usó Microsoft Excel para organizar y procesar la información, permitiendo calcular frecuencias, porcentajes y la distribución de las respuestas. Después, se elaboraron gráficos y tablas comparativas, esto facilitó la visualización de resultados y analizar cosas como:

- Frecuencia del uso de Facebook e Instagram.
- Tipos de contenido consumido y compartido.
- Importancia que le dan a la validación social (likes, comentarios, seguidores).
- Percepción de los valores más comunes en las redes sociales.
- Influencia del contenido digital en la autoimagen y en su identidad personal.

Estos datos ayudaron a entender tendencias generales en el comportamiento digital de los jóvenes, y su relación con cómo construyen su identidad y aceptan valores sociales y culturales. Por otro lado, los datos cualitativos, los de las entrevistas, se procesaron mediante un análisis de contenido temático en una matriz de resumen.

Se empezó manualmente a codificar, al comienzo. En esa fase, se buscó identificar las unidades de significado vinculadas con las categorías clave del estudio personal y social, es decir, identidad. También valores promovidos, la validación social, la cultura digital y pertenencia local también. Esto ayudó a juntar fragmentos importantes de las transcripciones con etiquetas conceptuales, haciéndolas más fáciles de interpretar.

## **CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

En este capítulo se presentan y analizan los resultados obtenidos a partir de la aplicación de los instrumentos definidos en la investigación: encuestas y entrevistas. Los hallazgos permiten comprender cómo el uso de las redes sociales Facebook e Instagram influye en la construcción de identidad y valores en los jóvenes de la parroquia Cutuglagua, ubicada en el cantón Mejía, provincia de Pichincha.

El análisis de los resultados integra una perspectiva cuantitativa, es decir, basada en la frecuencia de uso, y los tipos de contenido consumido y la percepción de valores con una dimensión cualitativa que profundiza los significados, las experiencias, y las motivaciones tras el comportamiento digital juvenil. Este enfoque mixto posibilita una interpretación integral del fenómeno, vinculando los datos estadísticos con las narrativas y discursos expresados por los participantes.

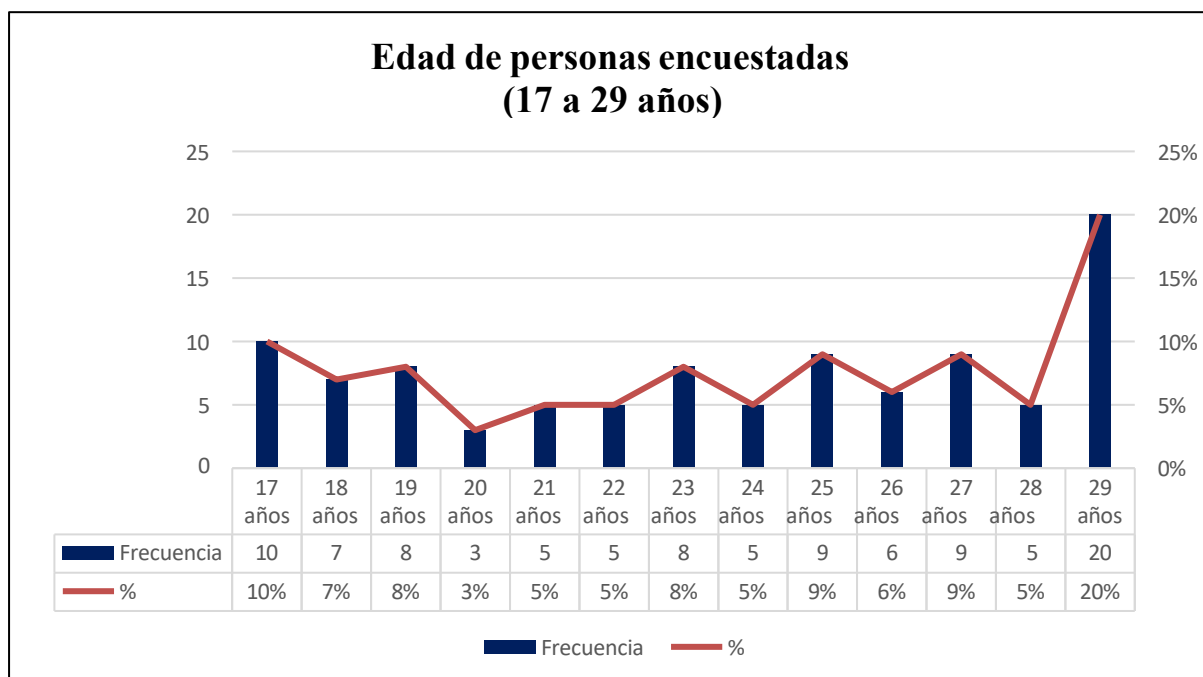
### **3.1 Resultados descriptivos de muestra**

Con el propósito de identificar los patrones de uso y comportamiento digital de los jóvenes en Facebook e Instagram, se aplicó una encuesta a 100 habitantes de la parroquia rural de Cutuglagua, siendo esta nuestra muestra de análisis dicha muestra estará dentro del rango de edad comprendido entre 17 y 29 años y de la cual comprenderemos como influye las redes sociales en la creación de identidad para el grupo de personas que comprenden nuestra muestra.

### 3.2 Resultados de la encuesta

Figura 2

Edad de los participantes



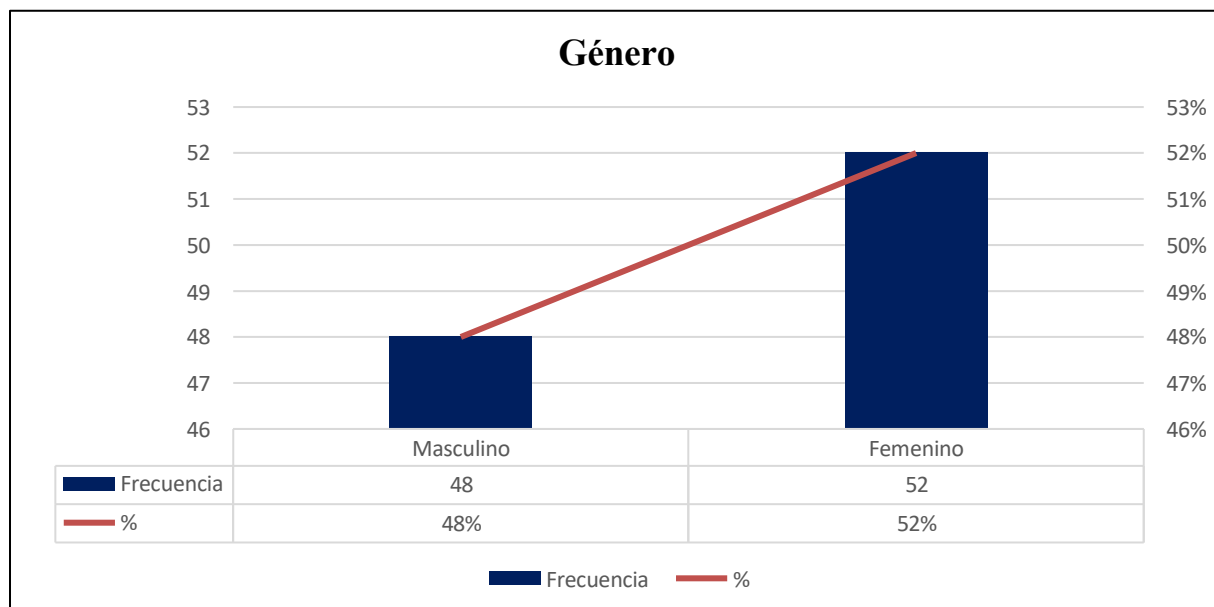
Nota: *Elaboración propia (Lemus, J. 2025)*

#### Análisis

En la muestra sociodemográfica se observa una brecha de madurez digital, marcada por una baja participación de los adolescentes y jóvenes menores a 20 años siendo tan solo un 25% de la muestra en contraste con el 75% de encuestados restante; esta diferencia contextual sugiere que la mayoría ya no son adolescentes en una etapa de exploración inicial, sino individuos con una identidad más consolidada, donde gran parte de los encuestados se concentran significativamente en el grupo de 29 años (20%), un segmento que, lejos de la inexperiencia de quienes aún no han utilizado plataformas de redes sociales, ya tiene y conoce muy bien el entorno y las lógicas de interacción digital, por lo que la investigación podría estar inclinándose hacia la visión construida por este rango de edad, colocando los resultados hacia una perspectiva de usuario experimentado que ha integrado estas herramientas en su vida cotidiana.

**Figura 3**

*Género de los participantes*



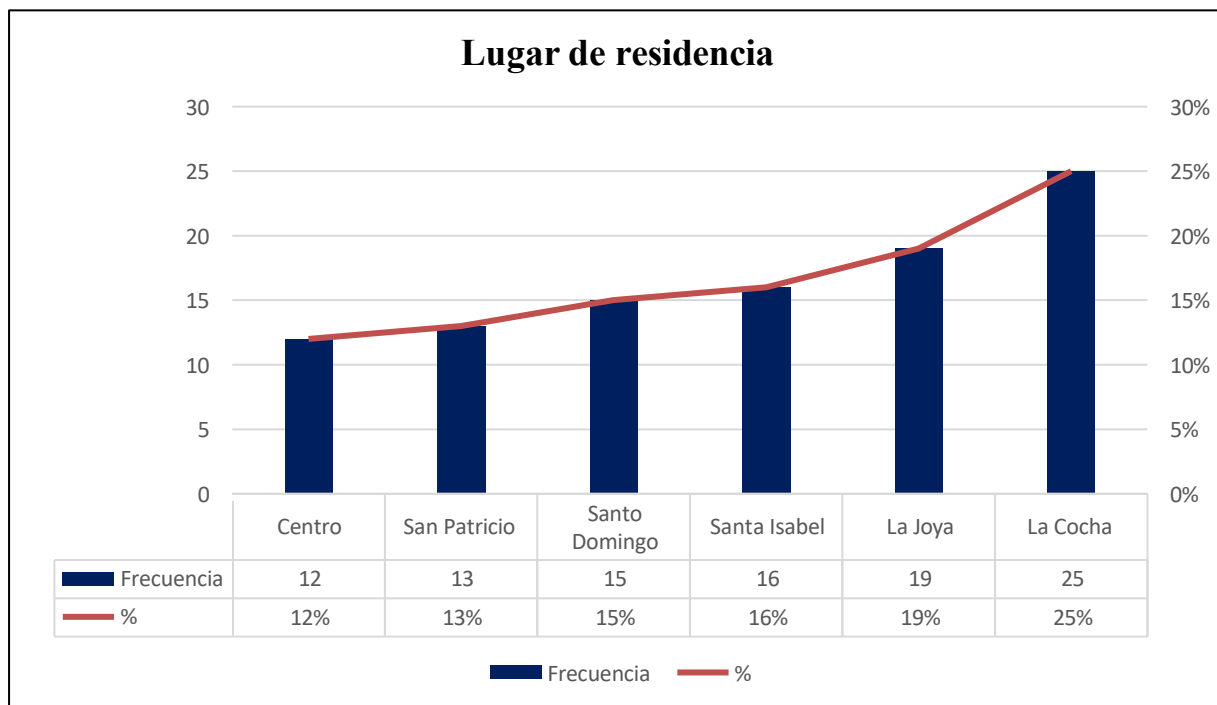
Nota: *Elaboración propia (Lemus, J. 2025)*

### **Análisis**

La distribución de género de los encuestados muestran un equilibrio notable y con muy poca variación por parte de hombres y mujeres, se puede ver más la parte femenina la que se presenta con más participaciones del total de la muestra, reflejando que el acceso de las redes sociales no presenta un sesgo significativo al tratarse del género de los usuarios que interactúan por estos sitios, esto nos permite tener percepciones comparables entre hombres y mujeres, y como las mismas redes sociales influyen o guían desde las plataformas digitales y éstas no dependen del género del usuario para contribuir a la creación de una identidad digital construyendo una imagen personal en base a las experiencias y lecciones que se pueda aprender de un círculo social.

**Figura 4**

*Lugar de residencia*



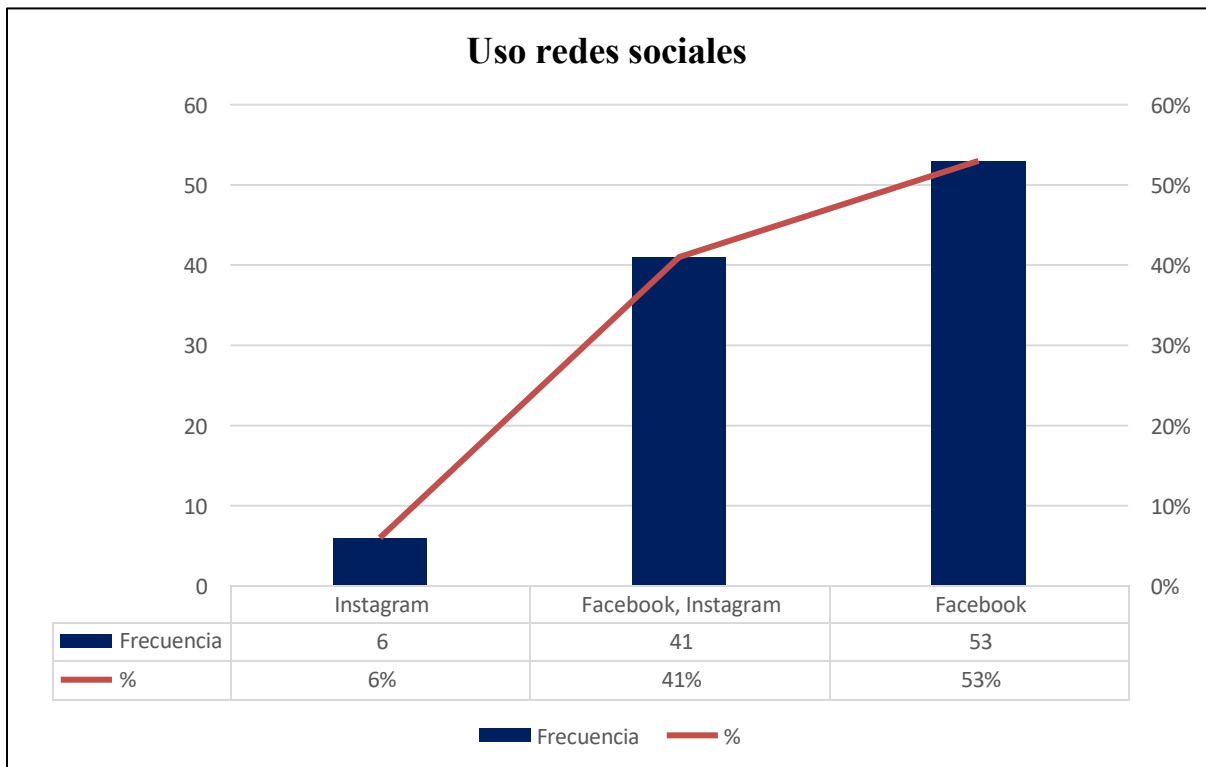
Nota: *Elaboración propia (Lemus, J. 2025)*

### **Análisis**

Estos cinco lugares residenciales nos permiten garantizar que la muestra alcanza gran parte de cobertura a lo largo de la parroquia. También podemos apreciar que el número de participaciones es medianamente equitativo lo que indica gran variedad de opiniones en estos cinco lugares de la parroquia. La notable participación de las zonas; La Joya y La Cocha, sugiere que el acceso a la tecnología e internet en estos lugares de la parroquia es lo suficientemente estable en cobertura e infraestructura como para permitir un mayor acercamiento y participación digital en esta zona de la parroquia entonces podemos decir que más actividad presente en la muestra de esta investigación son de estas zonas tradicionalmente periféricas.

**Figura 5**

*Redes sociales utilizadas*



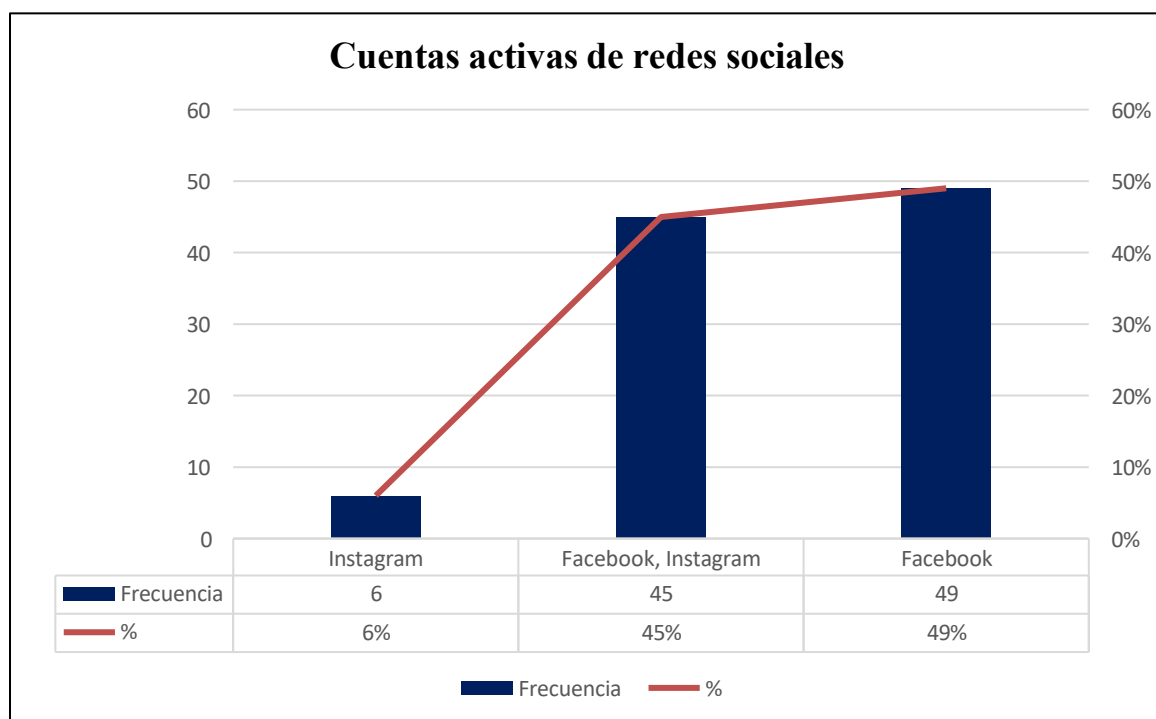
Nota: *Elaboración propia (Lemus, J. 2025)*

### **Análisis**

El gran dominio de Facebook, siendo la preferida por el 53% de la muestra, no solo evidencia una resistencia local ante la tendencia global de migración hacia plataformas de inmediatez visual y efímera como Instagram que apenas alcanza un 6% de uso exclusivo, sino que revela la función de esta red como parte de una infraestructura social digital indispensable, en el contexto rural. Mientras que la narrativa global sugiere una supuesta obsolescencia de Facebook entre los jóvenes, en esta parroquia del cantón Mejía, actúa como un espacio de integración comunitaria y validación de la identidad colectiva, donde la utilidad comunicativa y la conexión familiar priman sobre la estética performativa; de hecho, el 41% que afirma utilizar ambas plataformas (Facebook e Instagram) sugiere un comportamiento de adopción tecnológica híbrida, donde la exploración de nuevas narrativas visuales no desplaza, sino que se subordina a la solidez relacional que ofrece Facebook, consolidándolo como el eje articulador del tejido social de la parroquia.

**Figura 6**

*Cuentas activas en redes sociales*



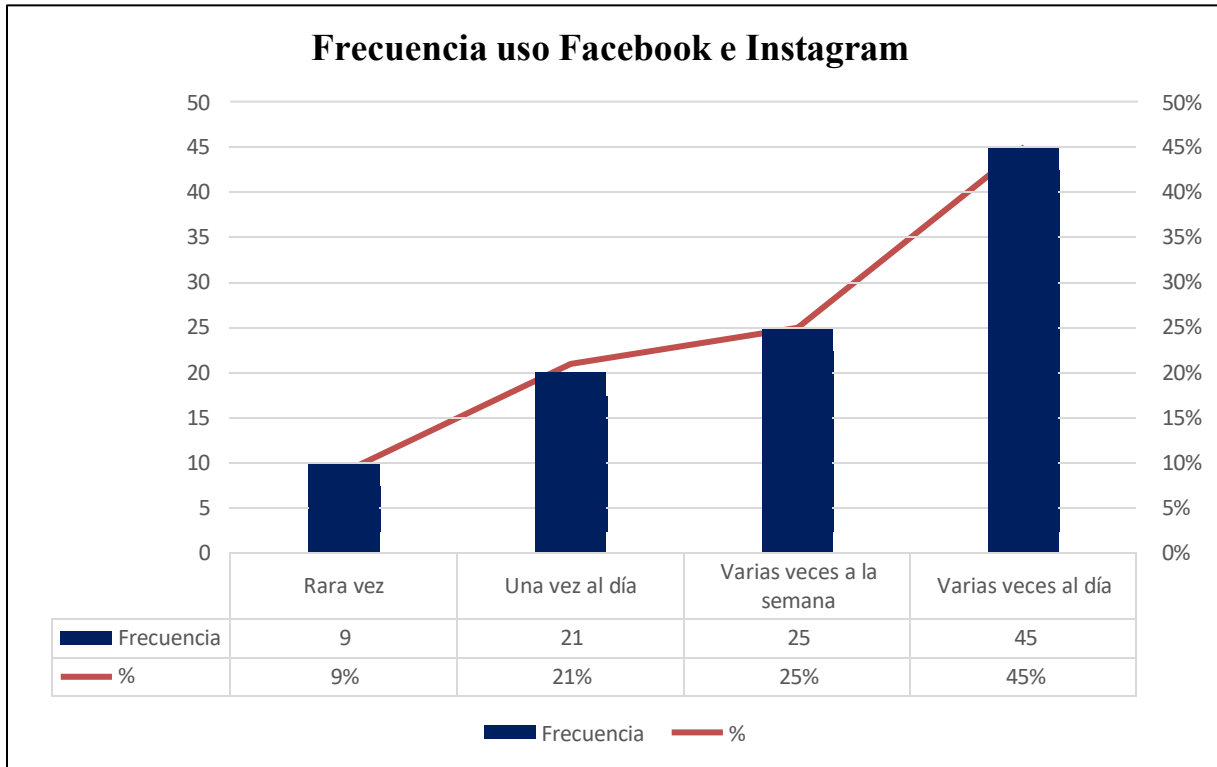
Nota: *Elaboración propia (Lemus, J. 2025)*

### **Análisis**

La plataforma Facebook en la población ocupa, el 49% del uso exclusivo y un 45% en combinación con Instagram, lo que sugiere que Facebook funciona como una plaza pública digital fundamental para la convivencia comunitaria y la información local, más allá de su declive en otros contextos sociales. En contraste, la baja preferencia exclusiva por Instagram (6%) revela una menor inclinación hacia la actividad estética y la construcción de una identidad basada en la imagen personal o el estilo de vida aspiracional atípico de esta plataforma. Este patrón subraya que la identidad digital en este contexto se inclina más hacia la conexión, relacional y integración, valorando la interacción comunitaria sobre la proyección visual y la validación estética. En conclusión, se puede afirmar que estas dos redes sociales están relacionadas con la propuesta de Berger y Luckmann (1966), “este fenómeno puede entenderse como un proceso mediante el cual los jóvenes construyen y refuerzan una realidad compartida a través de la interacción cotidiana” (p.23).

**Figura 7**

*Frecuencia de uso Facebook e Instagram*



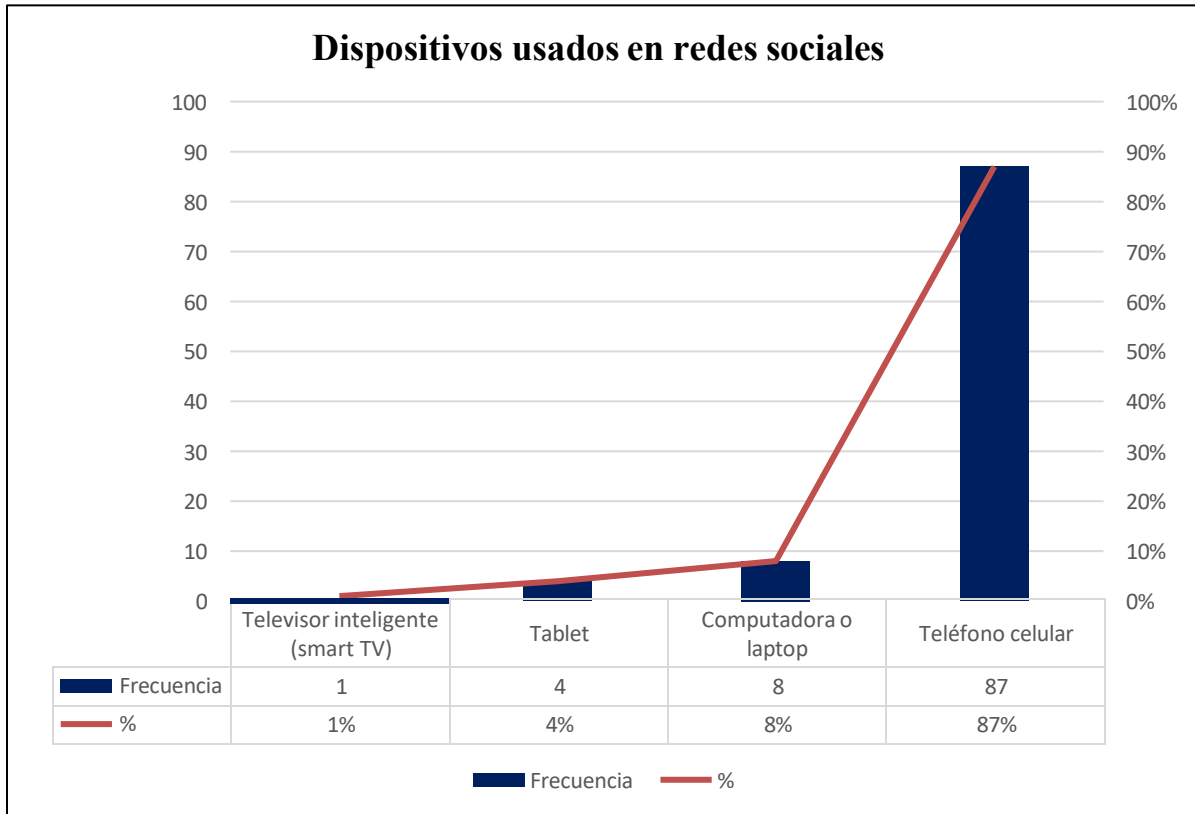
Nota: *Elaboración propia (Lemus, J. 2025)*

### **Análisis**

La alta frecuencia sugiere un estado de interacción permanente en las plataformas, esto indica que la socialización está constantemente modificando dinámicas de integración comunitaria para constantes interacciones en las redes. La alta frecuencia de uso de Facebook e Instagram en un contexto rural, donde el 70% de los encuestados interactúa varias veces a la semana o al día, sugiere que existe una profunda reconfiguración social. Esta argumentación contrasta con lo señalado por Putnam (2018), “las redes de interacción generan vínculos, confianza y cooperación para una mejor comunicación entre internautas”. (p.80)

**Figura 8**

*Dispositivo más usado para Facebook e Instagram*



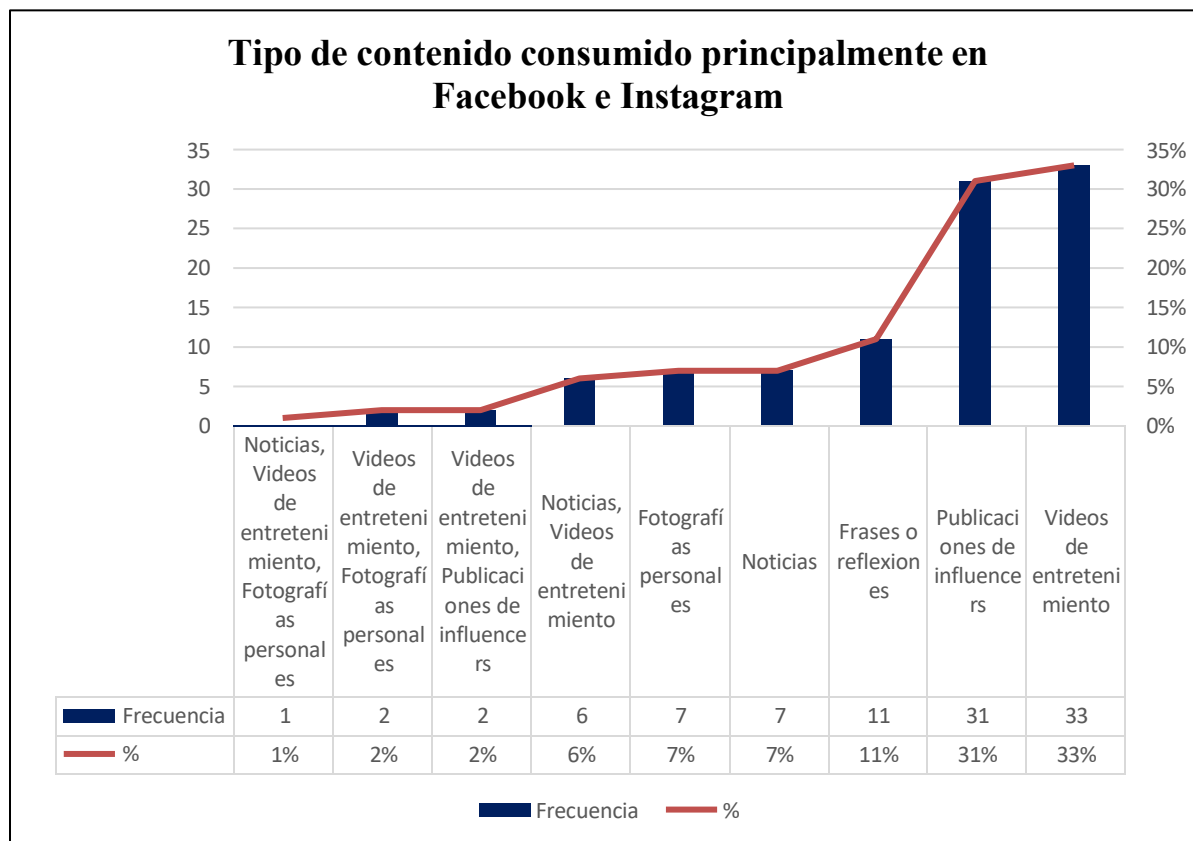
Nota: *Elaboración propia (Lemus, J. 2025)*

### **Análisis**

Se muestra que dispositivos como televisores inteligentes, tabletas y computadoras funcionan como herramientas que permiten acceder a plataformas sociales como Facebook e Instagram. Por otro lado, los teléfonos móviles también sirven para las redes sociales, pero ofrecen una mayor privacidad, lo que permite a los jóvenes desarrollar diferentes aspectos de su personalidad, establecer relaciones y consumir cultura. Gran parte de este proceso de construcción de identidad ocurre sin la supervisión directa de la familia. Con el fácil acceso a las redes, se puede decir que la formación de la identidad digital en los jóvenes sucede en dispositivos móviles y portátiles, donde la conexión es constante y personal. Esto favorece una relación más cercana y continua con el contenido, las interacciones y la expresión personal en las redes sociales.

**Figura 9**

*Contenido mayormente consumido en Facebook e Instagram*



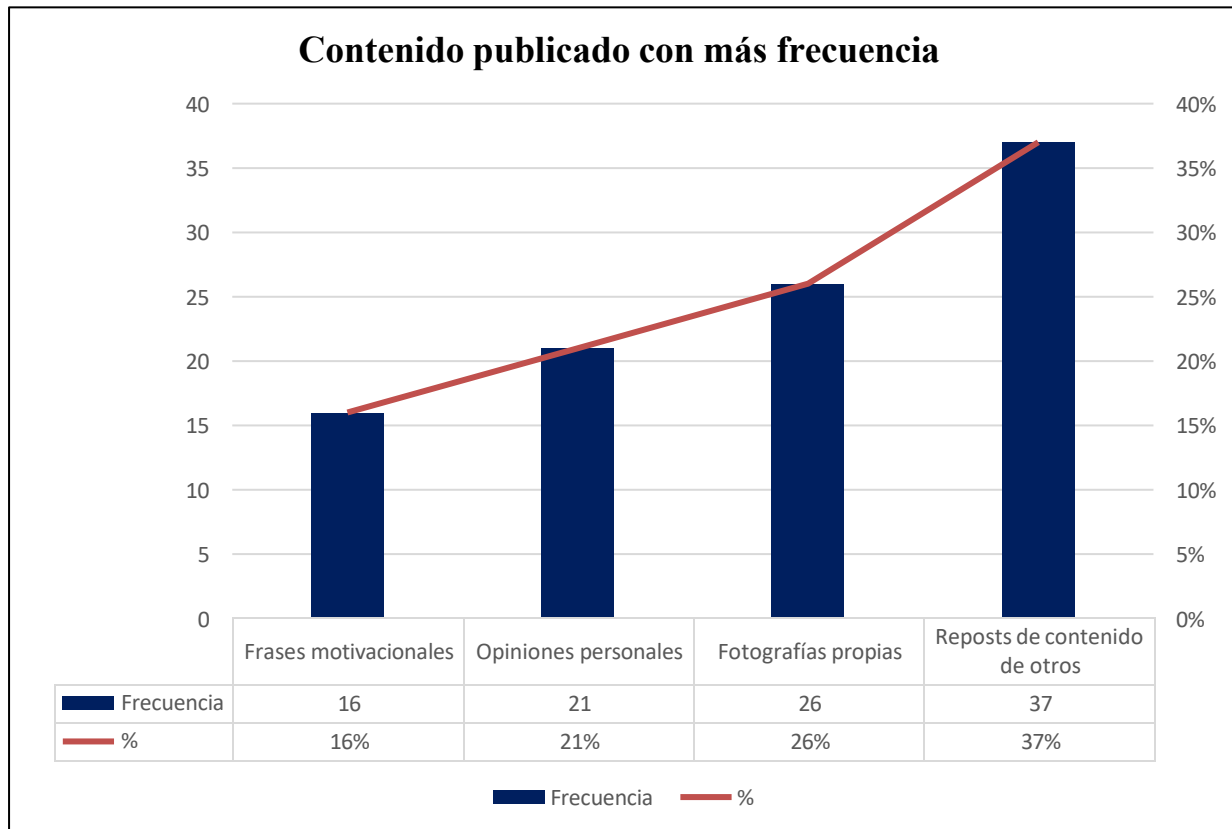
Nota: *Elaboración propia (Lemus, J. 2025)*

**Análisis**

La cultura del entretenimiento y la influencia de figuras digitales marcan significativamente las dinámicas de consumo masivo y globalizado para la muestra es de 64% entre videos de entretenimiento e influencers. El consumo pasivo de entretenimiento actúa como un mecanismo de escape ante la realidad local, mientras que los influencers establecen los estándares de éxito y belleza, presionando al joven a adaptar su autoimagen. Esto indica que las personas que influyen en la identidad ya no son únicamente los líderes de la comunidad o los familiares, sino también figuras externas, que muestran sus modos de vida. En una etapa secundaria, el 11% utiliza citas o pensamientos, lo que sugiere que hay un gusto por mensajes cortos que poseen un impacto emocional o inspirador, los cuales actúan como pequeñas formas de identificación simbólica. Entre el 6% y el 7% utiliza noticias o imágenes personales, lo que demuestra que, a pesar de que el entretenimiento es lo más común, todavía hay un uso informativo y de interacción en las plataformas.

**Figura 10**

*Contenido publicado con más frecuencia*



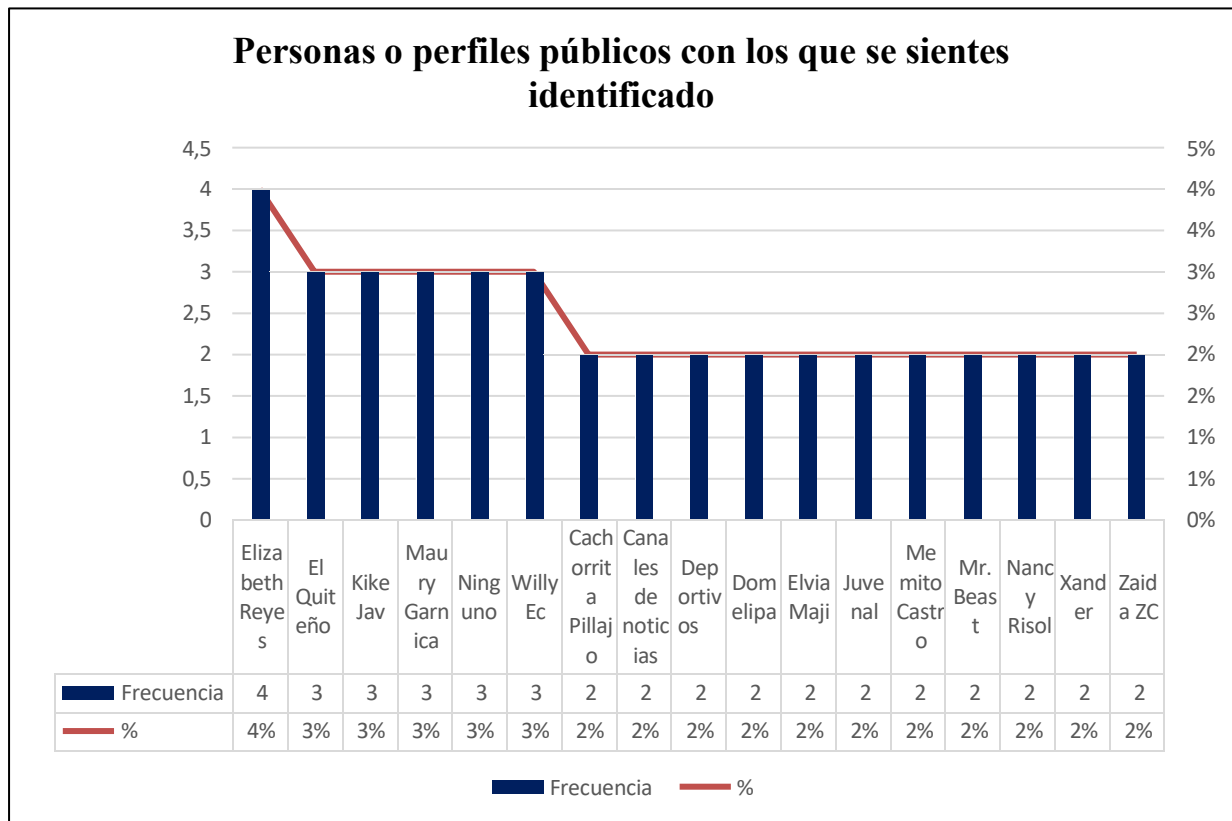
Nota: *Elaboración propia (Lemus, J. 2025)*

### **Análisis**

Los hallazgos indican que la forma de contenido que más comparten los jóvenes son los reposts, que representan el 37%. Esto significa que suelen difundir publicaciones de otros perfiles. Esto muestra que una gran porción de la identidad en línea se forma con contenido de otros, lo que implica una relación simbólica con narrativas o imágenes que no se generan, sino que se toman y se reinterpretan. En segundo lugar, las fotos personales (26%) muestran un deseo de mostrar la propia identidad, donde la apariencia y el estilo visual son parte de la expresión personal en el mundo digital. Las opiniones representan un 21% y se sitúan en un punto medio, lo que indica que hay participación en el discurso, aunque en un grado inferior en relación a la comunicación visual. En cambio, las citas inspiradoras (16%) son una clase de contenido relacionada con la expresión de sentimientos o deseos, donde los jóvenes transmiten sus emociones internas sin revelarse abiertamente, empleando frases como maneras indirectas de expresar sus emociones o interacciones sociales. Esta información muestra que el desarrollo de la identidad en las redes sociales mezcla la autoexpresión clara (imágenes, puntos de vista) con la adopción de símbolos de afuera (comparticiones, citas inspiradoras), en un proceso combinado de creación personal y selección de contenido de otros.

**Figura 11**

*Perfiles públicos con los cuales las personas se identifican*



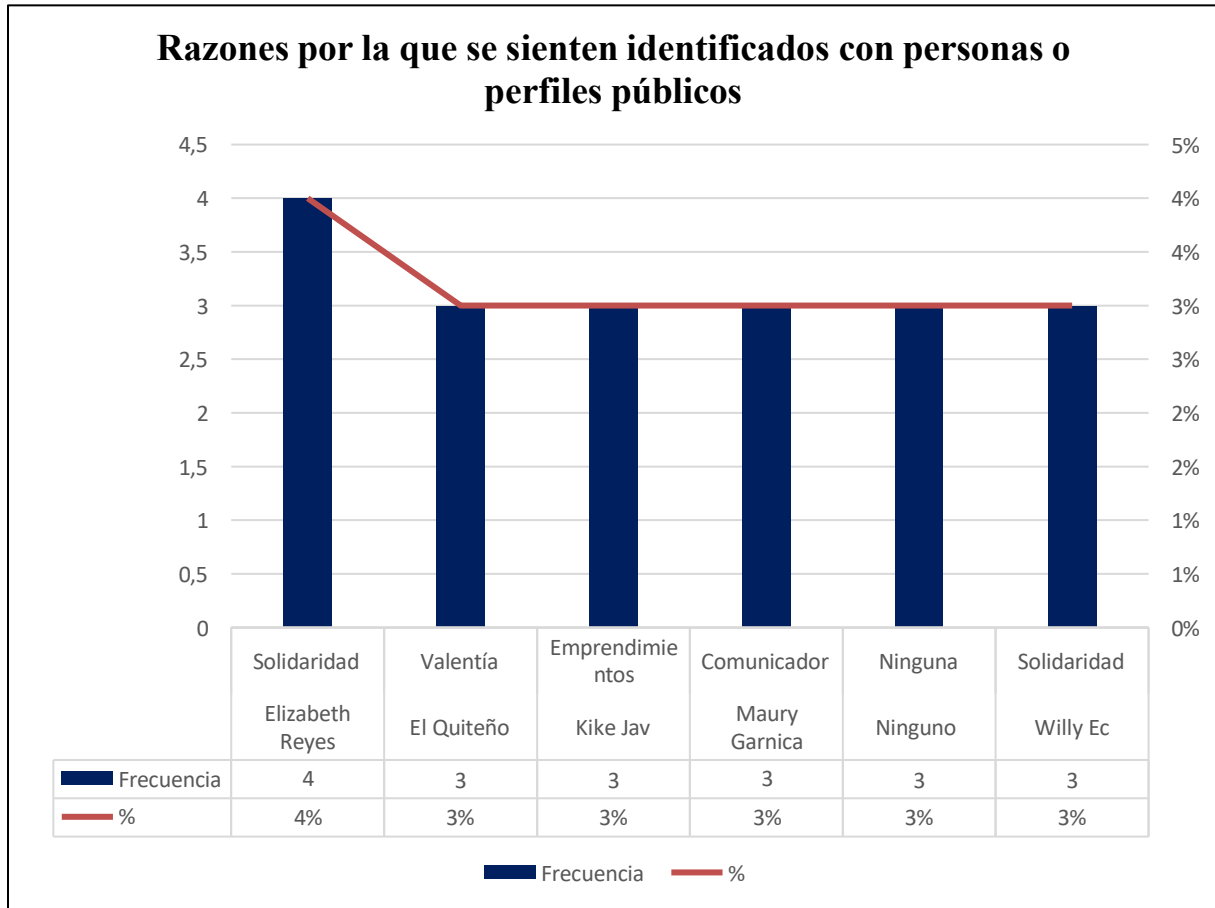
*Nota: Elaboración propia (Lemus, J. 2025)*

**Análisis**

Se registra los perfiles más mencionados y buscados en términos generales, predominan perfiles locales e influencers, entre los primeros puestos aparecen varios referentes locales y creadores de contenido. Teniendo mucha participación las influencers del género femenino. Los perfiles individuales más citados aparecen con frecuencias bajas en cuanto a número de lo que indica gran diversidad de referentes. La dispersión sugiere que la identificación es multiforme: además de influenciadores, los jóvenes nombran perfiles locales que reflejan su contexto cultural, lo que destaca la importancia de la proximidad cultural y la autenticidad como criterios de identificación.

**Figura 12**

*¿Por qué se identifican con esos perfiles públicos?*



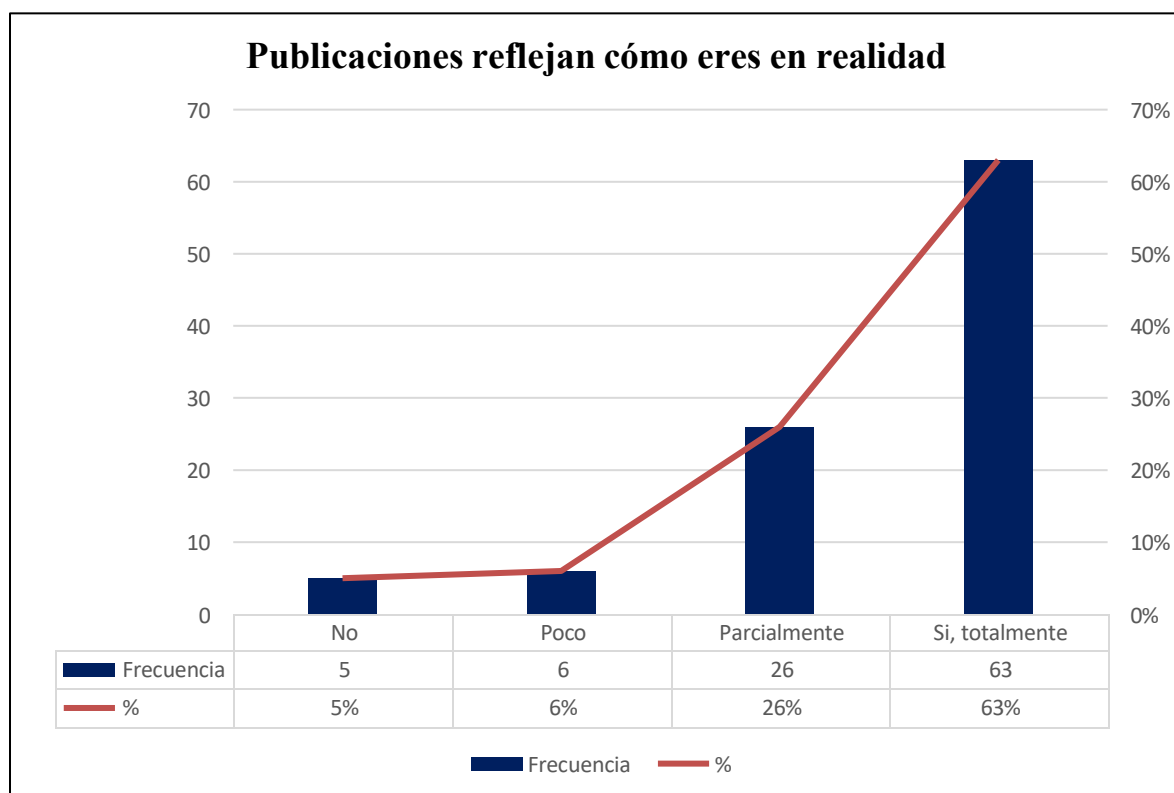
Nota: *Elaboración propia (Lemus, J. 2025)*

**Análisis**

La preferencia por valores como la Solidaridad y la Valentía, complementada por el interés en Emprendimientos y Comunicación Comunitaria establece un contraste significativo, con figuras públicas o digitales. Esto evidencia que los jóvenes no solo siguen a estos perfiles por entretenimiento, sino por los valores que proyectan, como ayuda social, autenticidad o liderazgo local. Llama la atención que un 3% declara no sentirse representado por ninguna figura pública, lo que indica una distancia crítica frente a los discursos hegemónicos de influencers, o una búsqueda de referentes más auténticos y cercanos a su realidad comunitaria. En síntesis, los jóvenes no se identifican únicamente con la fama, sino con valores éticos o sociales que esas figuras representan.

**Figura 13**

*Publicaciones que reflejan la personalidad*



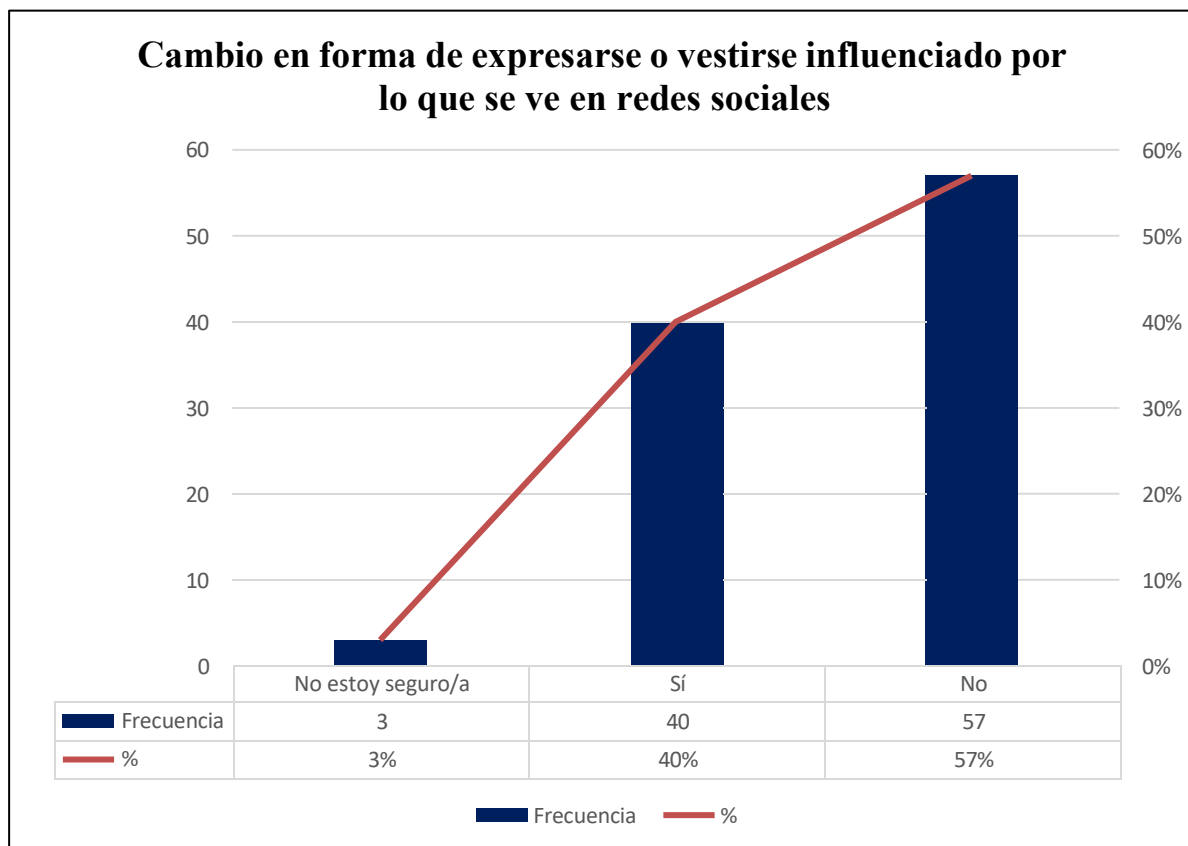
Nota: *Elaboración propia (Lemus, J. 2025)*

### **Análisis**

La gran cantidad de jóvenes que indica que su perfil en las redes sociales representa "Totalmente" o "Parcialmente" (89% en total) su personalidad, va más allá de solo ser honesto y muestra un fenómeno conceptual que rompe la línea entre lo online y lo offline, frecuentemente conocido como "extimidad" o "yo curado". Esta demanda de veracidad crea un contraste importante con la necesidad de validar socialmente la documentación (Figura 16) y la preferencia por valores externos como el Éxito (Figura 15). La relación con la identidad está en que la versión que el joven comparte es una autenticidad que se actúa: una exhibición elegida con mucho cuidado que se ajusta a los criterios de aprobación de la plataforma social. Así, el 63% no representa al ser en su totalidad, sino una imagen idealizada o mejorada de uno mismo que, al ser presentada y respaldada por el algoritmo y los iguales, se asimila como la nueva realidad personal a la que la persona se aferra, complicando la capacidad de mantener una perspectiva crítica entre el yo auténtico y el yo que se muestra.

**Figura 14**

*Cambio en la forma de ser influenciada por Facebook e Instagram*



Nota: *Elaboración propia (Lemus, J. 2025)*

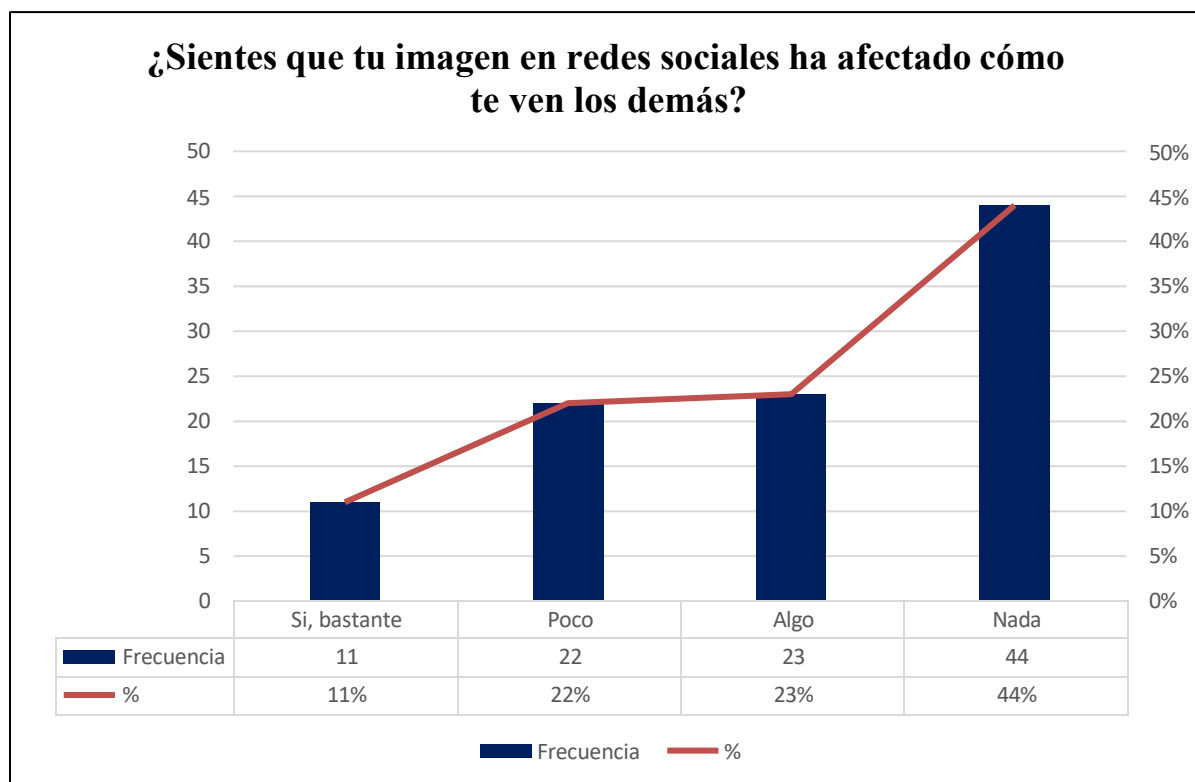
### **Análisis**

El impacto de las redes sociales en la manera de vestir y expresarse de los jóvenes indica una reflexión crítica sobre la forma en que los jóvenes se socializan estéticamente. A pesar de que la mayoría, un 57%, indica que no ha alterado su estilo de vestir o de comunicarse, este porcentaje debe compararse con el notable 40% que admite claramente haber realizado modificaciones. Esta pequeña, pero importante, porción confirma que las plataformas funcionan como influyentes impulsores de la colonización estética.

La resistencia visible del 57% podría, en realidad, ocultar una influencia no consciente o una negación deliberada para mantener una sensación de independencia personal, mientras que, en realidad, los estándares estéticos de internet ya han infiltrado la mente de la sociedad.

**Figura 15**

*Imagen en redes sociales en cuanto a afectación a opiniones ajenas*



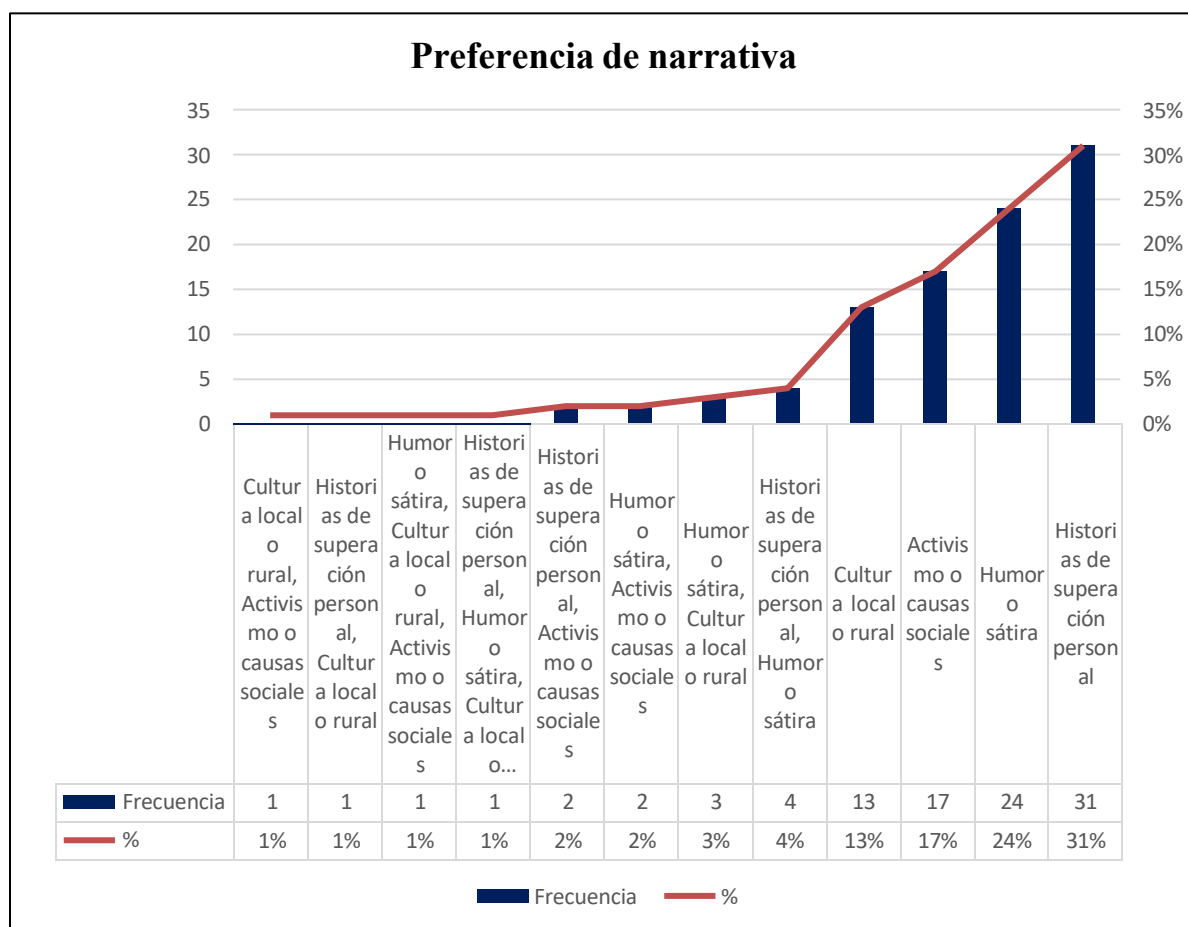
Nota: *Elaboración propia (Lemus, J. 2025)*

### **Análisis**

El gráfico indica que el 44% (44 individuos) opina que su representación en redes sociales no ha influido en la percepción que los demás tienen de ellos. Por otro lado, el 56% señala que los jóvenes son conscientes de la repercusión que su perfil digital tiene en la manera en que son valorados por otros. Este aspecto es fundamental para nuestro estudio y resulta esencial para validar la importancia de la identidad digital y su papel como un activo social. La diferencia se centra en el 44% que reduce la repercusión, lo que podría sugerir una negación consciente o una ausencia de reflexión crítica acerca de la naturaleza performativa de la red.

**Figura 16**

*Narrativas preferidas*



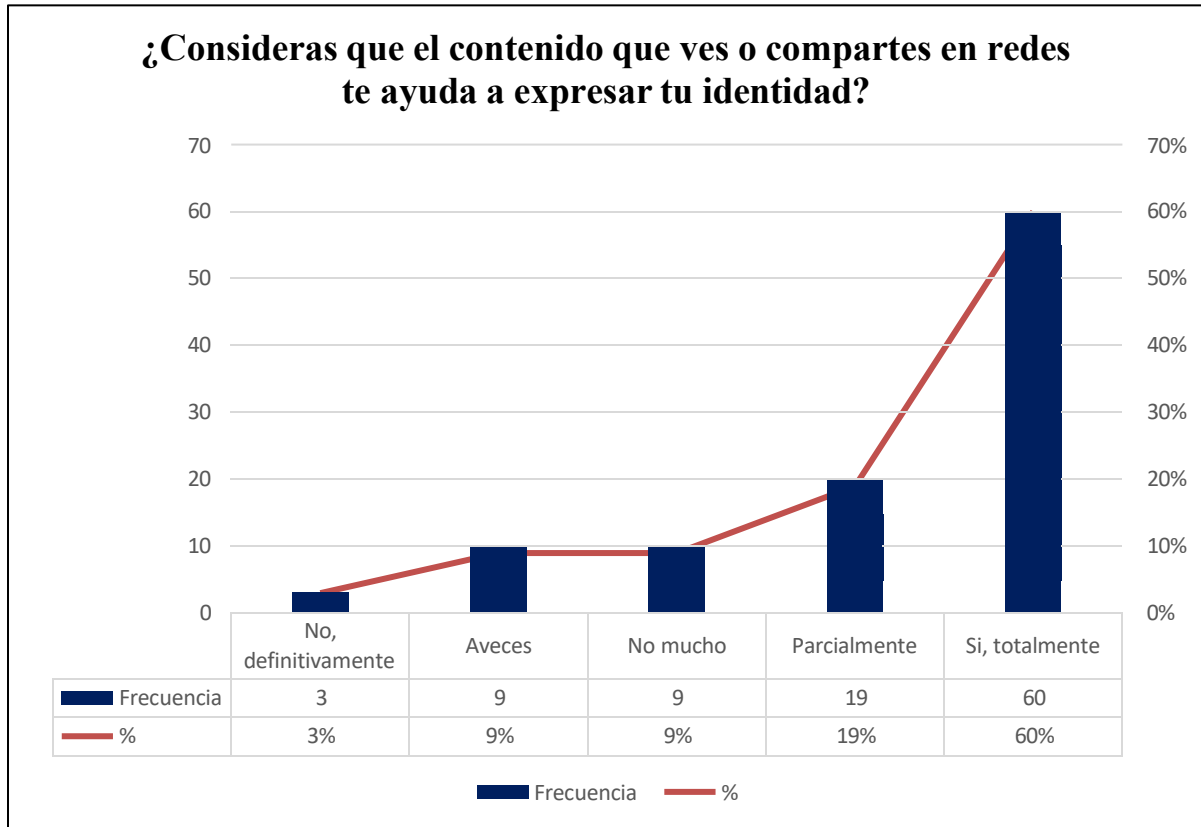
Nota: *Elaboración propia (Lemus, J. 2025)*

### **Análisis**

Las narrativas más interesantes para los jóvenes son aquellas que hablan sobre el crecimiento personal, con un 31% de elección, lo que indica un deseo de encontrar contenido que inspire y figuras a las que puedan admirar o reflejar una versión mejorada de ellos mismos. El humor y la sátira ocupan el segundo lugar con un 24%, lo que demuestra que los jóvenes emplean las redes para liberar emociones, divertirse y relajarse socialmente. En tercer lugar, se encuentra el activismo o las causas sociales (17%), lo que sugiere que hay una creciente conciencia social, donde las redes se transforman en espacios para expresar valores compartidos y reflexiones sobre la comunidad. La cultura de la zona rural o local (13%) desempeña un papel importante, lo que muestra la necesidad de tener una representación que refleje la identidad de la región, a pesar del fuerte control de relatos globales. Al final, el 15% que combina historias indica que la identidad digital no es uniforme, sino que se forma a partir de múltiples influencias al mismo tiempo, entrelazando diversión, orgullo regional, motivación y conversación social.

**Figura 17**

*Contenido compartido y su expresión con la identidad*



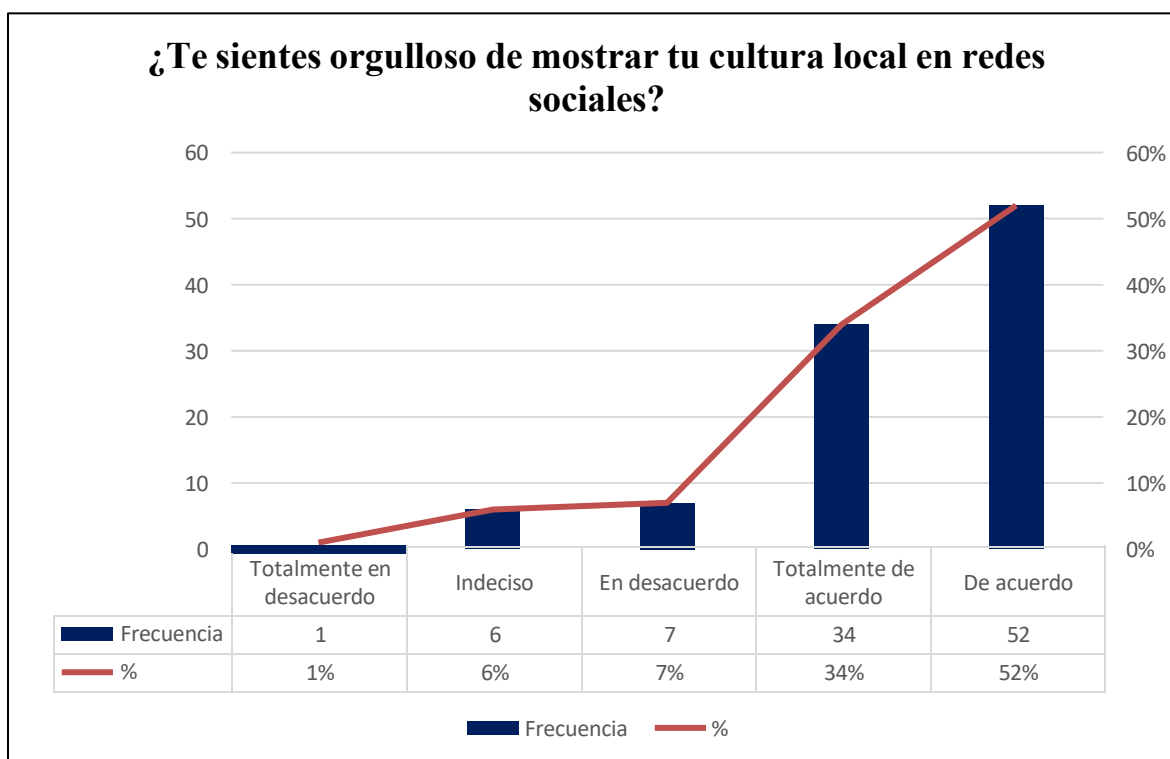
Nota: *Elaboración propia (Lemus, J. 2025)*

### **Análisis**

Se muestra que el 60% (60 individuos) opina que el material que intercambian o utilizan en plataformas sociales les ayuda en gran medida a manifestar su identidad, mientras que un 19% (19 individuos) indica que lo hace de manera parcial. Esto indica que cerca de 8 de cada 10 jóvenes ven en Facebook e Instagram un lugar adecuado para mostrar su identidad, sus opiniones o lo que quieren que los demás piensen de ellos. La utilización de estas plataformas por la mayoría para manifestar su identidad pone en evidencia la fuerte relación entre el ámbito digital y la identidad de los jóvenes hoy en día. El material que se comparte funciona como un medio para la afirmación personal y el fortalecimiento. Los jóvenes no solo usan, sino que también gestionan su imagen en línea, eligiendo qué compartir y qué guardar en su vida personal.

**Figura 18**

*Aceptación de cultura local en Facebook e Instagram*



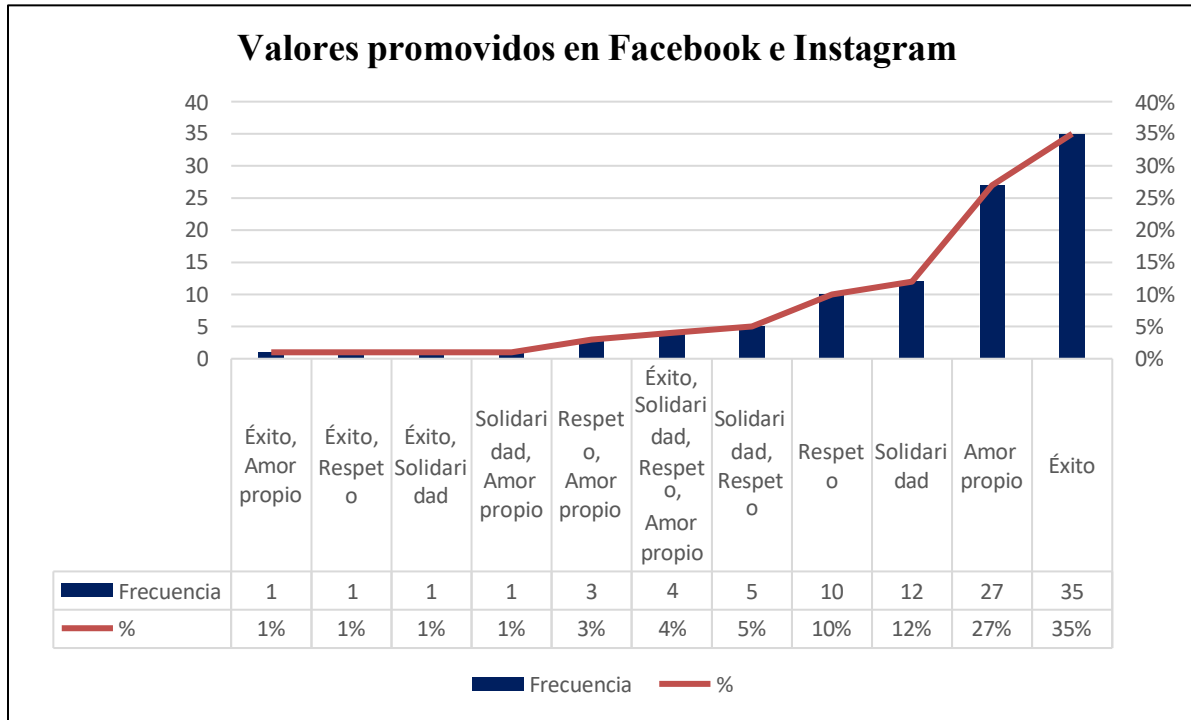
Nota: *Elaboración propia (Lemus, J. 2025)*

### **Análisis**

Los hallazgos muestran que una gran mayoría, que representa el 86%, expresa estar de acuerdo o completamente de acuerdo y se sienten orgullosos de compartir su cultura local en las redes sociales. Esta información muestra que las plataformas en línea son vistas como lugares para reafirmar la identidad y el sentido de comunidad, donde los jóvenes tienen la posibilidad de destacar aspectos culturales que les pertenecen. Este tipo de actividad en línea subraya que la identidad cultural no se pierde en el mundo digital, sino que se redefine y se aprecia a través de la difusión de materiales que tienen que ver con el lugar, tradiciones o estilos de vida en áreas rurales. En comparación, únicamente un 7% se opone y un 1% está totalmente en desacuerdo, lo que sugiere que la resistencia a exhibir la cultura local es muy baja. Un 6% aún no ha tomado una decisión, lo que podría relacionarse con la incertidumbre entre seguir tendencias internacionales y mantener la identidad local.

**Figura 19**

*Valores promovidos en Facebook e Instagram*



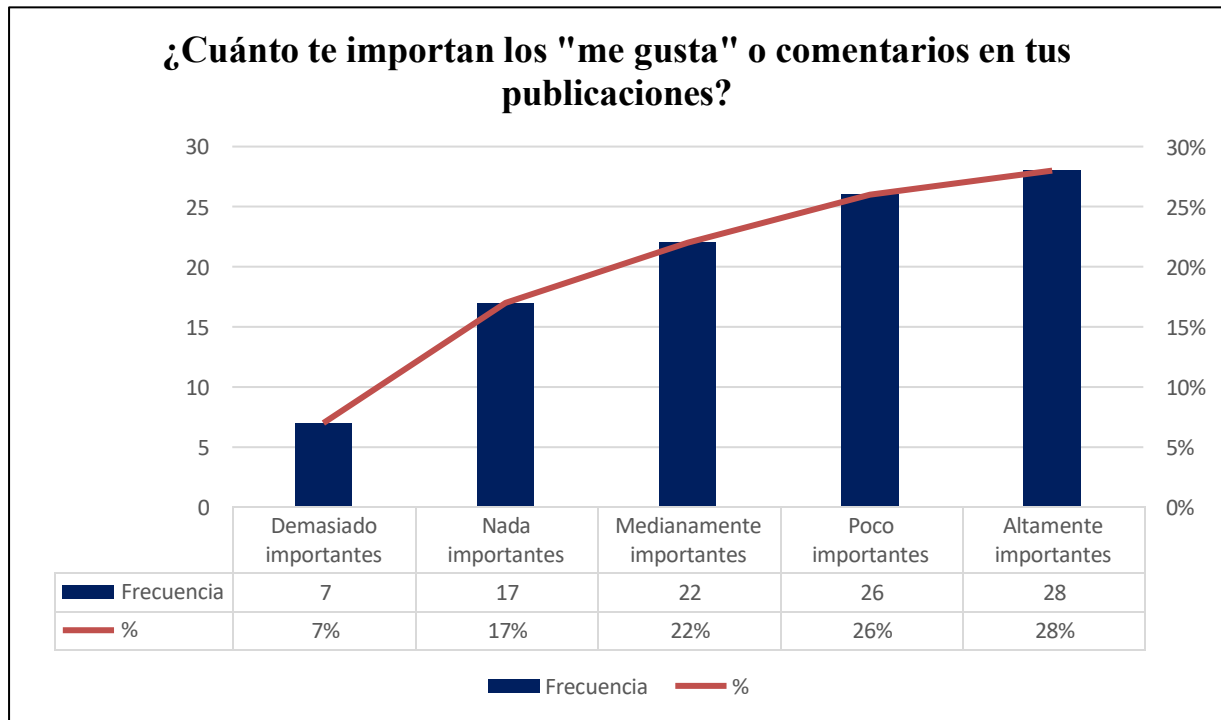
Nota: *Elaboración propia (Lemus, J. 2025)*

**Análisis**

Entre los valores que los jóvenes más comparten o consideran en las redes sociales se encuentran el Éxito, con un 35%, y el Amor propio, que alcanza un 27%. Esto indica que las plataformas digitales fomentan un discurso que aspira a la superación personal y la autoafirmación. Valores como la Solidaridad (12%) y el Respeto (10%) surgen en un contexto secundario, lo que sugiere que, aunque el modelo de éxito individual sea el más destacado, todavía perduran historias y principios éticos que están conectados con la empatía y la unión social. Las proporciones de valores que se encuentran en rangos bajos (de 1% a 5%) indican que ciertos usuarios ven a las redes sociales como un entorno en el que se entrelazan diversas narrativas, abarcando desde la autoafirmación hasta la validación grupal.

**Figura 20**

*Importancia de reacciones y comentarios en publicaciones*



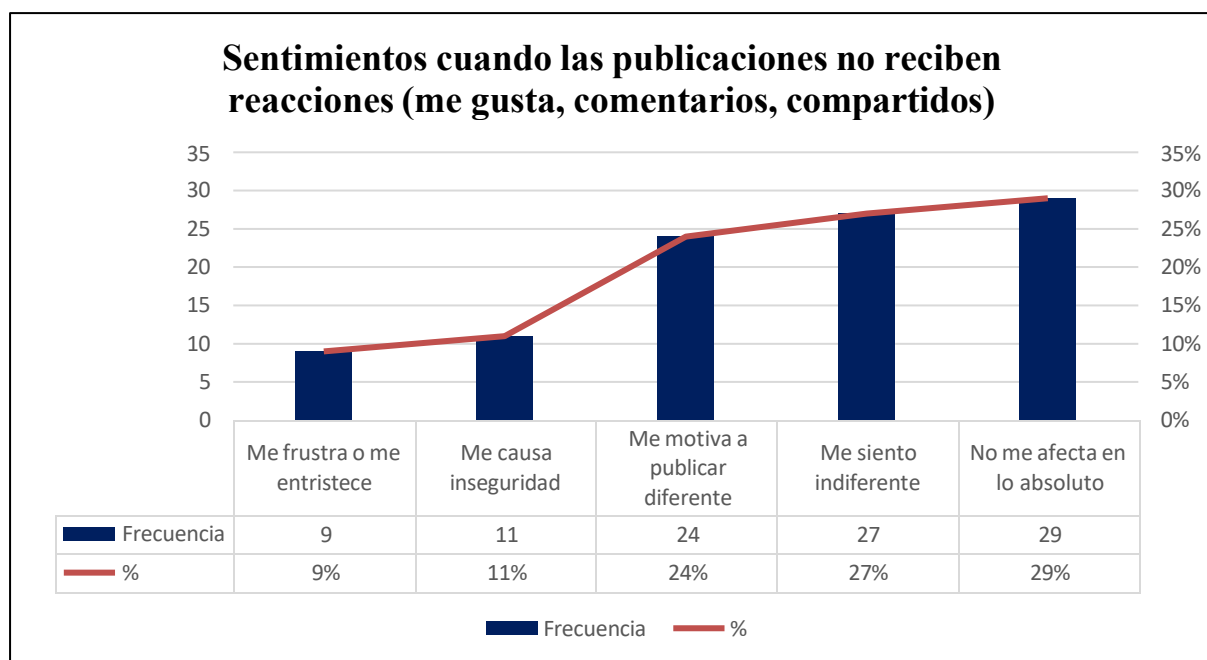
Nota: *Elaboración propia (Lemus, J. 2025)*

### **Análisis**

El 76% de los jóvenes consideran que los "me gusta" o comentarios tienen cierto grado de importancia. Dentro de este grupo, un 28% los valora como muy relevantes, un 26% los considera poco importantes y un 22% les otorga una importancia media. Esto evidencia que las interacciones en línea funcionan como un medio de reconocimiento simbólico, asociado a la validación en el ámbito social. Un 17% indica que no les afecta en lo más mínimo, mientras que un 7% asegura que son "demasiado relevantes". Este último grupo es el más propenso a desarrollar dependencia emocional hacia la validación digital. La información presentada indica que, a pesar de que numerosos jóvenes procuran adoptar una actitud de distanciamiento, la necesidad de ser visibles y recibir aprobación en plataformas digitales impacta de manera significativa en cómo se ven a sí mismos y en el control de su identidad en línea. De este modo, los "me gusta" y las opiniones expresadas no se consideran únicamente como estadísticas, sino que se interpretan como nuevas maneras de validación social.

**Figura 21**

*Apreciación sobre reacciones negativas en publicaciones*



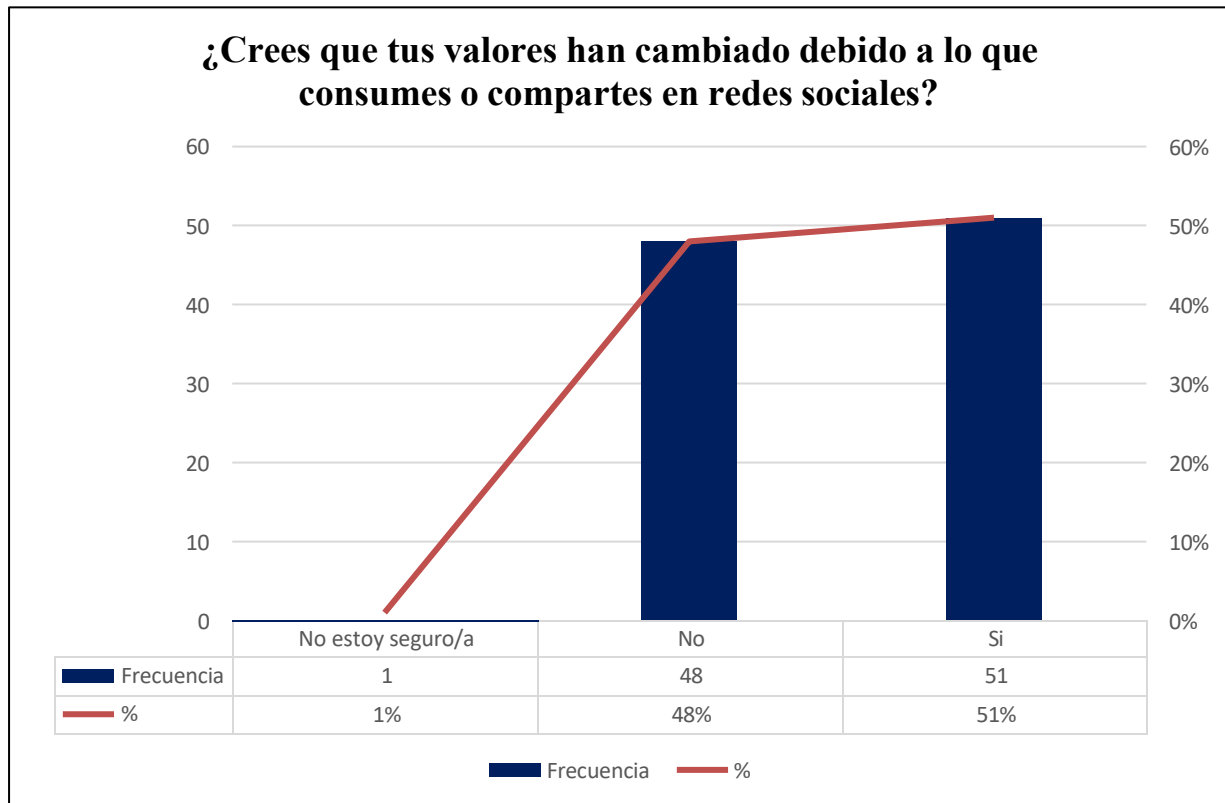
Nota: *Elaboración propia (Lemus, J. 2025)*

### **Análisis**

El 56% de los jóvenes asegura que no se siente impactado directamente por la carencia de reacciones, divididos entre aquellos que responden "No me afecta en absoluto" (29%) y quienes manifiestan "Me siento indiferente" (27%). Esto indica una supuesta estabilidad emocional ante la validación social en línea, o al menos una tendencia a exhibir independencia frente a la lógica de los algoritmos y las reacciones de "me gusta". A pesar de ello, un 24% señala que la falta de interacción les impulsa a cambiar el tipo de contenido que comparten, lo que demuestra que, aunque no se manifieste como un impacto emocional, hay una clara modificación estratégica del material con el objetivo de obtener más visibilidad o aprobación. Por otro lado, un 20% (9% más 11%) de los jóvenes sí siente emociones adversas como frustración, tristeza o inseguridad. Esto demuestra que una fracción de este grupo relaciona su autovaloración o imagen propia con la recepción que obtienen del público en las redes sociales. Este tipo de conducta demuestra que, a pesar de que numerosos jóvenes declaran no sentirse impactados, la dinámica de la interacción en línea tiene un efecto sutil en la formación de la identidad, ya sea a través de la búsqueda de reconocimiento, las tácticas para ser visibles o la regulación emocional en relación con la aceptación social.

**Figura 22**

*Apreciación de valores en cuanto a interacciones en Facebook e Instagram*



Nota: *Elaboración propia (Lemus, J. 2025)*

### **Análisis**

Los hallazgos indican que existe una balanza casi igual entre aquellos que sienten que sus valores personales han sido alterados por las redes sociales y los que no lo identifican. El 51% de los encuestados (51 personas) indica que ha notado alteraciones en sus valores, en contraste con el 48% (48 personas) que afirma no haberlo hecho. Apenas un 1% se manifiesta con dudas al respecto. Este balance pone de manifiesto que las plataformas sociales ejercen una influencia considerable, aunque a menudo sin que se perciba, en la formación de valores y patrones de pensamiento. Más de la mitad de los jóvenes admite que el contenido digital impacta directamente en su manera de entender la realidad, la ética y las interacciones sociales. Esto indica que las plataformas digitales actúan como entornos de transformación simbólica y ética, donde se encuentran discursos, ideologías, tendencias y perspectivas que pueden alterar creencias que antes se consideraban firmes. En contraste, el 48% que indica "No" se compone de individuos que sienten tener una mayor independencia ante la influencia de lo digital, lo que puede ser visto como una forma de resistencia deliberada o como un sentido de identidad más fuerte. El 1% que se encuentra "No seguro" demuestra que el impacto de las redes sobre los valores puede realizarse de manera discreta, y en numerosas ocasiones puede resultar inadvertido.

### **3.3 Análisis general.**

Después de un análisis exhaustivo a las encuestas y sus resultados, se puede determinar que se ha producido una transformación en las redes sociales, estas plataformas han avanzado más allá de su función como simples medios de comunicación. Se han convertido en componentes fundamentales de la interacción social, capaces de establecer vínculos, prácticas y significados compartidos entre sus usuarios. En este ecosistema, Facebook muestra una evidente dominancia al posicionarse como un espacio que promueve la unión entre sus usuarios, donde la funcionalidad, el compromiso y la comunicación cotidiana son más significativos que la tendencia visual y aspiracional que prevalece en Instagram. La producción y el consumo de contenido por parte de los jóvenes evidencian una dinámica cultural que, al mismo tiempo, revela un vínculo con su entorno local.

Si bien el ocio desempeña una función fundamental, aparecen señales de resistencia a través del interés por la cultura local, la cual actúa como una forma de oposición figurada ante la uniformidad provocada por la era digital. En este escenario, las plataformas de redes sociales operan como espacios en los que la identidad se reevalúa de manera continua, fluctuando entre principios aspiracionales asociados con el emprendimiento, el crecimiento personal y el éxito en los medios, así como valores colectivamente orientados que conservan la memoria y los vínculos afectivos con el lugar. Por lo tanto, es posible concluir que las redes sociales no solo ofrecen diversión, sino que funcionan como espacios de expresión creativa, donde los jóvenes buscan tanto la validación individual como la vinculación con la colectividad. Esta integración convierte lo digital en un ámbito fundamental para examinar cómo se constituyen en la actualidad las identidades y los valores.

### 3.4 Resultados de las entrevistas

**Tabla 5**

*Matriz de resumen de las entrevistas 1*

<b>Eje temático</b>	<b>Ing. Carlos Chiliquina Presidente del GAD Parroquial de Cutuglagua</b>	<b>Lic. Edison Sangoluisa Comunicador del GAD Parroquial de Cutuglagua</b>
<b>1. Papel de Facebook e Instagram dentro de la dinámica social y comunitaria de Cutuglagua</b>	Papel fundamental como medios de información y participación ciudadana.	Herramientas esenciales para difundir información institucional, conectar con los jóvenes y dar visibilidad a las actividades del GAD.
<b>2. Uso de estas plataformas en la vida cotidiana de los jóvenes</b>	Instagram para expresarse, mostrar su estilo de vida o compartir momentos personales. Facebook para enterarse de eventos, noticias locales, inspiración en influencers o artistas.	Ampliación de su identidad. En Instagram, exhiben sus actividades, su apariencia y las personas a las que siguen. En Facebook, se publican más asuntos de la comunidad o actividades.
<b>3. Tipo de contenido que se comparte en redes sociales desde su liderazgo</b>	Obras públicas, campañas de salud, actividades culturales, ferias productivas, convocatorias ciudadanas, procesos de rendición de cuentas, y emprendimientos locales.	Anuncios, eventos culturales, conclusiones de gestiones, iniciativas de salud, educación ambiental, seguridad, jóvenes empresarios, artistas de la zona y líderes comunitarios.
<b>4. Ejemplo de que las redes sociales han fortalecido el vínculo entre la comunidad y sus autoridades</b>	Campaña de limpieza barrial en el sector San Patricio por convocatoria en Facebook, se logró una participación mayor a la esperada y la gente se siente	En la emergencia por cortes de agua, la gente consultaba directamente por redes sociales, lo cual como autoridades nos comprometía a dar

	escuchada cuando puede dar sugerencias o expresar críticas de forma directa.	respuestas inmediatas.
<b>5. Publicaciones en redes y su influencia en la percepción que los jóvenes tienen sobre su identidad o pertenencia local</b>	Con contenidos que resaltan costumbres, festividades o historias locales, los jóvenes sienten orgullo de su identidad.	Las publicaciones sobre tradiciones, deportes y paisajes del campo ayudan a los jóvenes a fortalecer su sentido de pertenencia al ver su entorno reflejado.
<b>6. Valores comunitarios que se deben promover en redes sociales</b>	Solidaridad, respeto, trabajo comunitario y responsabilidad deberían tener más presencia.	Respeto, empatía, orgullo por lo local y la inclusión.
<b>7. Estrategias utilizadas para promover valores desde el GAD o comunidad</b>	Campanas comunicacionales como el Día del Medio Ambiente o el aniversario parroquial. También, los líderes barriales comparten contenido positivo desde sus sectores y se ha realizado reconocimiento público a personas que realizan acciones ejemplares en la comunidad.	Campanas visuales que incluyen citas motivadoras, compartimos relatos inspiradores de jóvenes de la parroquia y fomentamos eventos como competiciones o desafíos comunitarios en línea.
<b>8. Retos o limitaciones como organización al usar Facebook e Instagram</b>	Mala conectividad, comentarios malintencionados o desinformación y falta de capacitación en comunicación digital.	Acceso inconstante a internet, escasa participación de la comunidad en redes sociales y información incorrecta o rumores que se difunden sin comprobación.

<b>9. Tipo de contenido que podría ayudar a fortalecer el sentido de identidad y cultura local entre los jóvenes</b>	Historias de vida de adultos mayores, emprendimientos locales, tradiciones culturales, gastronomía típica, música andina interpretada por jóvenes del sector.	Materiales que reflejen su vida cotidiana: proyectos emprendedores, relatos de triunfos, celebraciones locales, manifestaciones artísticas y costumbres del vecindario; materiales que utilicen un idioma juvenil, activo y visual.
<b>10. Sugerencias aconsejadas para que la utilización de redes sociales en Cutuglagua sea más consciente, colaborativa y ajustada a los requerimientos de la comunidad.</b>	Capacitación en comunicación digital, crear campañas que sensibilicen sobre el uso responsable de las redes y el respeto en el entorno digital, promover la participación de la ciudadanía en la generación de contenidos, colaborar con instituciones educativas y organizaciones sociales para que el uso de las redes se dirija a reforzar nuestra identidad.	Mayor capacitación en comunicación digital ética, fijar directrices precisas para la comunicación de la institución, colaborar más con material creado por la comunidad misma, y potenciar una red local de jóvenes comunicadores comunitarios.

Fuente: *Elaboración propia, Lemus, J. (2025)*

### **Resultado y análisis de la entrevista a Presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Cutuglagua**

La intervención del Ing. Carlos Chiliquina, ofrece una visión clara de cómo Facebook e Instagram han evolucionado de ser meras herramientas auxiliares a transformarse en elementos fundamentales de la comunicación. En una zona rural donde, tradicionalmente, el intercambio de información se ha fundamentado en la comunicación cara a cara, las asambleas comunitarias y los anuncios visibles, la llegada de las redes sociales marca una transformación significativa en la dinámica de las relaciones entre la población y sus líderes.

A partir de este enfoque, la adopción de plataformas como Facebook e Instagram va más allá de una mera actualización tecnológica; implica también una nueva organización del ámbito público en lo local.

Las plataformas digitales actúan como una prolongación del ámbito comunitario, en el que se discuten cuestiones, se resaltan actividades y se fortalece la sensación de pertenencia. En esta circunstancia, la comunicación ya no se caracteriza por ser solo vertical y unidireccional, sino que se convierte en un proceso más nivelado, en el que los jóvenes toman un papel protagónico al ser receptores, creadores y difusores de contenidos. Esta actividad demuestra que la comunicación digital va más allá de simplemente transferir información; también genera significados y estructura la vida en sociedad, incluso en entornos rurales. En lo que respecta a la identidad de los jóvenes, señala un fenómeno importante: la interacción entre elementos culturales locales y relatos provenientes del ámbito global. Los adolescentes de Cutuglagua, al estar en constante contacto con materiales digitales de diferentes entornos sociales, incorporan nuevos códigos estéticos, narrativas y valores a su vida diaria.

No obstante, esta dinámica no conlleva una desconexión total con lo local; en cambio, se trata de una reinterpretación de la identidad, en la cual aspectos como el entorno, la familia y la comunidad conviven con ambiciones contemporáneas relacionadas con el reconocimiento digital y la presencia en redes sociales. Este proceso de formación identitaria se ve fortalecido por la lógica de validación social inherente a las plataformas, en las que la interacción permanente a través de "me gusta", comentarios y comparticiones actúa como un mecanismo simbólico que afecta cómo los jóvenes se valoran a sí mismos y las maneras en que desean ser vistos por los demás.

De esta manera, la identidad evoluciona de ser únicamente una creación individual a convertirse en una identidad acordada de manera colectiva, sujeta a la reacción del público en el entorno digital. Desde una perspectiva institucional, Chiliquinga señala que las plataformas sociales desempeñan un papel educativo y ético, dado que mediante ellas se comunican principios que afectan directamente la vida en comunidad. No se puede separar la difusión de contenido ni la manera en que se comunica de la promoción de la solidaridad, el respeto y la participación. Al utilizar las redes solo para comunicar información, las instituciones locales no aprovechan al máximo su capacidad para fomentar el diálogo y fortalecer la ciudadanía. En contraste, cuando se elaboran mensajes que conectan con la identidad de la comunidad y fomentan la implicación de los jóvenes, se refuerza el entramado social y se valida la labor de las instituciones.

Sin embargo, el estudio también pone de manifiesto significativos retos estructurales. La falta de igualdad en la conectividad, la escasa alfabetización digital y la ausencia de una planificación estratégica en la comunicación de las instituciones crean diferencias en el acceso y la utilización de estas plataformas. Las barreras existentes impiden que todos los jóvenes tengan acceso equitativo al entorno digital, perpetuando así las desigualdades sociales que ya se encuentran en la región. Por último, la iniciativa presentada por el presidente subraya la importancia de establecer la comunicación digital como un proceso que sea planificado, participativo y adaptado al contexto.

La capacitación de los jóvenes como agentes de comunicación, la creación de materiales que representen la cultura de la comunidad y al fomento de un uso consciente de las plataformas digitales se presentan como estrategias clave para consolidar la identidad de la juventud y los principios comunitarios. De esta forma, la participación del GAD no debería limitarse únicamente a proporcionar información, sino que también debería enfocarse en fomentar un sentido de comunidad, entendiendo que la identidad y los valores se forman mediante prácticas comunicativas que perduran a lo largo del tiempo.

### **Resultado y análisis de la entrevista a Comunicador del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Cutuglagua.**

La evaluación de las declaraciones del Lic. Edison Sangoluisa, revela que Facebook e Instagram se han convertido en herramientas fundamentales en el ámbito de la comunicación tanto institucional como comunitaria en la parroquia. A través de su trayectoria profesional, se percibe que estas plataformas no se limitan a funcionar como simples fuentes de información, sino que se diseñan como espacios clave para fomentar la proximidad, la visibilidad y la conversación con la comunidad, especialmente con los jóvenes, quienes hallan en los entornos digitales una vía más rápida y accesible para interactuar con las autoridades locales.

La perspectiva de Sangoluisa indica un cambio significativo en el ecosistema comunicacional de la parroquia, donde la comunicación institucional se ajusta a los patrones digitales de la población. Este proceso de transformación conlleva una modificación en la lógica de comunicación convencional, transicionando de un enfoque vertical y unidireccional hacia uno más dinámico e interactivo, en el que la participación y la retroalimentación juegan un papel mucho más importante. En este contexto, las plataformas de redes sociales se establecen como entornos en los que se fomenta la legitimidad de las instituciones y el sentimiento de pertenencia a la comunidad.

De igual manera, destaca una distinción precisa entre los roles que desempeñan Facebook e Instagram en la realidad local. Según su análisis, Instagram se presenta fundamentalmente como un lugar de expresión tanto visual como emocional, donde los jóvenes utilizan la plataforma para mostrar su imagen personal, compartir vivencias diarias y reflejar diferentes aspectos de su identidad personal.

Por otro lado, Facebook se presenta con un enfoque más orientado hacia la información y la comunidad, actuando como un espacio para compartir eventos parroquiales, anuncios de instituciones y material que sea de interés para el público en general. Esta distinción demuestra que los jóvenes ajustan su manera de comunicarse y de expresar su identidad dependiendo de la plataforma que eligen. Desde un enfoque argumentativo, esta tendencia indica que la identidad de los jóvenes no es uniforme ni fija, sino que se forma de manera contextual, de acuerdo con los códigos, valores y expectativas que cada espacio digital ofrece.

El uso simultáneo de estas dos plataformas ofrece a los jóvenes la posibilidad de oscilar entre una identidad que resalta su singularidad y su estética personal, y otra que se enfoca más en la

interacción social y el sentido de comunidad. Esto refuerza la noción de una identidad digital que es tanto diversa como adaptable. En cuanto a los principios que predominan en las redes sociales, destaca que la solidaridad emerge como un valor prominente, especialmente en publicaciones que abordan actividades comunitarias o circunstancias que requieren un esfuerzo colectivo. Sin embargo, destaca la importancia de reforzar principios como el respeto, la inclusión y la participación de la ciudadanía, subrayando que las redes sociales pueden ser espacios donde se manifiestan tensiones, conflictos y comportamientos comunicativos irresponsables sin una dirección adecuada.

Por último, Sangoluisa resalta retos significativos relacionados con la desinformación, la escasa participación crítica y la disparidad tecnológica, elementos que impactan la calidad de la comunicación digital en la parroquia. A su juicio, el enfoque no se limita a aumentar la utilización de las redes sociales, sino que también implica el desarrollo de las habilidades comunicativas y digitales entre los jóvenes. Es fundamental fomentar la capacitación de comunicadores que actúen en la comunidad y que sean capaces de crear contenidos que sean responsables, pertinentes y que respondan a las demandas de su entorno. Esta perspectiva enfatiza que, si la comunicación digital se maneja de manera estratégica, puede ser una herramienta fundamental para potenciar la identidad local y fomentar la cohesión social en Cutuglagua.

**Tabla 6**

*Matriz de resumen de las entrevistas 2*

<b>Eje temático</b>	<b>Laura María Verdezoto Paredes Especialista en Valores e Identidad</b>
<b>1. Identidad y redes sociales</b>	Los jóvenes construyen su identidad también en lo digital; cada publicación es una forma de autoafirmación y búsqueda de reconocimiento.
<b>2. Valores en plataformas</b>	Facebook e Instagram actúan como vitrinas de valores globales (éxito, imagen, fama), que se internalizan sin siempre haber reflexión crítica.
<b>3. Riesgos en contextos rurales</b>	Existe tensión entre identidad local y referentes digitales externos, lo que puede generar conflictos internos y desvalorización de lo propio.
<b>4. Valores tradicionales vs nuevos</b>	Las redes pueden reforzar tradiciones locales, pero también introducen valores globalizados que a veces chocan con los comunitarios.
<b>5. Validación digital</b>	Likes y seguidores impactan fuertemente en la autoestima juvenil, generando dependencia de la aprobación externa.

<b>6. Modelos de éxito en redes:</b>	La exposición a ideales irreales produce comparaciones negativas, pérdida de autenticidad y problemas de autoimagen. Es importante enseñar a los jóvenes a cuestionar discursos y a buscar referentes positivos cercanos.
<b>7. Uso positivo de contenidos digitales</b>	Si se orientan bien, pueden fortalecer identidad local, visibilizar cultura y educar con enfoque comunitario.
<b>8. Indicadores de influencia negativa</b>	Obsesión por la imagen, aislamiento, baja autoestima, rechazo de raíces o vida real en favor de lo virtual.
<b>9. Recomendaciones</b>	Fomentar alfabetización digital y emocional, diálogo crítico, producción de contenido local y acompañamiento educativo.
<b>10. Rol institucional</b>	Escuelas y organizaciones comunitarias deben liderar procesos de reflexión, talleres y políticas digitales que formen un uso consciente y ético de redes.

---

Fuente: *Elaboración propia, Lemus, J. (2025)*

### **Resultado y análisis de la entrevista a Psicóloga social – Especialista en Juventud, Identidad, Valores y Cultura Digital (UCE)**

La contribución de la Psic. Laura Verdezoto, ofrece un criterio esencial para entender el significado que tienen Facebook e Instagram. Desde la óptica académica, estas plataformas no se limitan a ser medios de entretenimiento o interacción social, sino que se convierten en entornos en los que los jóvenes experimentan, desarrollan y ajustan su identidad, integrando elementos personales, sociales y culturales.

La experta argumenta que los perfiles en línea funcionan como una prolongación del ser, ya que posibilitan la presentación de diferentes versiones de sí mismos para diversos públicos, de esta manera, la identidad de los jóvenes no se presenta como algo fijo o monolítico, sino que es adaptable y se forma en función de las interacciones que tienen lugar en el ámbito digital. Este enfoque es de gran importancia en áreas rurales como Cutuglagua, donde el espacio para interactuar socialmente es limitado y las redes sociales expanden la perspectiva del “otro”, lo que aumenta tanto la visibilidad como la autoevaluación continua.

Un aspecto crucial señalado por la experta es la fricción existente entre los valores tradicionales y los valores globales. Los adolescentes están influenciados por narrativas tanto familiares como comunitarias que fomentan la cohesión, la empatía y la consideración mutua. Al mismo tiempo, están expuestos a contenidos digitales que resaltan la apariencia, el triunfo personal y la rivalidad simbólica. La integración de diferentes valores no siempre ocurre de forma equilibrada; de hecho, puede dar lugar a tensiones en la identidad y en el ámbito emocional, principalmente cuando la apreciación social se evalúa mediante métricas digitales como me gusta, seguidores o visualizaciones.

Desde una perspectiva crítica, esta dinámica de validación social convierte la autovaloración en un proceso dependiente de la aprobación externa, desplazando poco a poco las formas convencionales de reconocimiento que se fundamentan en la interacción directa. Esta situación presenta una complejidad específica, dado que se entrelaza con un contexto comunitario en el que la reputación y la identidad se han edificado a lo largo del tiempo a partir de la proximidad, la participación en grupo y el reconocimiento personal. La inclusión de métricas digitales da lugar a nuevas jerarquías que pueden perpetuar desigualdades y crear presiones sociales que no son evidentes.

Del mismo modo, la experta señala la amenaza de la homogeneización cultural, particularmente cuando los jóvenes imitan modelos estéticos y relatos predominantes sin llevar a cabo un examen crítico. Este fenómeno puede provocar una desvinculación gradual de las costumbres culturales autóctonas, lo que a su vez reduce la conexión con el territorio y la memoria colectiva. Sin embargo, su examen no se restringe a una perspectiva desfavorable del ámbito digital; al contrario, subraya la capacidad transformadora de las redes sociales cuando se emplean de forma consciente y contextual.

Desde este enfoque, plataformas como Facebook e Instagram tienen la posibilidad de ser herramientas estratégicas que permiten dar visibilidad a narrativas locales, costumbres culturales y experiencias de los jóvenes que refuerzan el sentido de pertenencia. La creación de contenido a partir de la comunidad facilita una nueva interpretación de la identidad rural, viéndola no como un área rezagada, sino como un lugar que cuenta con su propia voz dentro del ecosistema digital. Esta opción crea un área de influencia fundamental para la comunicación, en la que no solo reciben información, sino que también se defienden como creadores culturales proactivos, capaces de desafiar narrativas dominantes y elaborar representaciones más genuinas de su entorno.

Verdezoto destaca que el desarrollo de la identidad juvenil en plataformas digitales es un proceso intrincado, lleno de tensiones, riesgos y posibilidades. En Cutuglagua, el reto consiste no en limitar el acceso a las plataformas digitales, sino en potenciar habilidades críticas y comunicativas que faciliten a los jóvenes la integración en el entorno digital, conservando al mismo tiempo su conexión con la cultura y la comunidad. Desde este punto de vista, la comunicación se establece como un pilar esencial para conectar la identidad, los valores y la participación dentro de la sociedad digital.

### **3.5 Discusión de los resultados.**

La discusión permite entender cómo los jóvenes de Cutuglagua utilizan las redes sociales Facebook e Instagram. Los resultados, complementados con los análisis de las encuestas y entrevistas realizadas, muestran que estas redes no solo son espacios para comunicarse, sino escenarios donde los jóvenes construyen identidad, negocian valores y se relacionan con su comunidad desde lógicas que combinan lo local, lo digital y lo aspiracional.

#### **1. ¿Qué papel cumplen Facebook e Instagram en las dinámicas sociales y comunicativas de los jóvenes de Cutuglagua?**

Según las encuestas realizadas se puede afirmar que Facebook tiene un papel fuerte en las interacciones sociales y comunicativas de los jóvenes en el ámbito parroquial. El 53 % de los participantes utiliza solo esta plataforma, y el 41 % la combina con Instagram, lo que muestra que Facebook sigue siendo un lugar importante para la interacción social. Esto es relevante, aunque en otros casos se ha comentado que su popularidad ha bajado entre los jóvenes. Esta continuidad se debe menos a una tendencia mundial y más a una adaptación local de la tecnología, influenciada por las necesidades de comunicación, sociales y comunitarias de la región.

Desde el punto de vista de la ecología de los medios, Scolari (2015) argumenta que “los medios no se extinguen, sino que se transforman según el contexto y las costumbres sociales de los usuarios” (p.8). En este contexto, Facebook no ha sido retirado de su lugar, sino que ha adquirido un nuevo significado como una plataforma social en línea, en la que se unen la información de la comunidad, las interacciones diarias y el establecimiento de relaciones sociales. Este uso aclara la razón por la que la plataforma opera como una "plaza pública en línea", donde los jóvenes se conectan con su ambiente cercano y se involucran en actividades grupales que fortalecen su sentido de comunidad.

En cambio, el reducido porcentaje de uso exclusivo de Instagram (6 %) indica una menor importancia de esta plataforma en la vida social de los jóvenes en el contexto parroquial. Instagram se presenta como un lugar adicional, relacionado principalmente con la expresión a través de imágenes, los sentimientos y la imagen personal. Según lo expresado por Hu, Manikonda y Kambhampati (2014), Instagram fomenta historias que se enfocan en las imágenes y en la estética del yo, lo que sugiere un tipo de identidad que es más sobre el desempeño y la búsqueda de reconocimiento. No obstante, el hecho de que no reemplace a Facebook sugiere que la identidad digital de los jóvenes se orienta más hacia las relaciones que hacia la validación personal basada en la apariencia.

Este patrón se evidencia al observar que el 41 % de los jóvenes usan las dos plataformas, lo que demuestra una adopción tecnológica mixta. Los jóvenes no se van de una plataforma a otra, sino que organizan sus formas de comunicarse de acuerdo a los roles simbólicos y sociales que cada red brinda. Esta actividad se alinea con lo que afirmó Goffman (1959), quien argumenta que las personas manejan diferentes formas de mostrar su identidad según

el contexto social en el que se encuentran. En el ámbito digital, estas "escenas" aparecen en plataformas que tienen códigos, audiencias y expectativas diversas.

Las entrevistas exploran esta idea más a fondo. El Lic. Edison Sangoluisa, quien trabaja en comunicación en el GAD parroquial, menciona que Facebook e Instagram se han convertido en redes sociales esenciales para la comunicación tanto de la institución como de la comunidad, sobre todo para conectar con los jóvenes. De acuerdo con su experiencia, estas herramientas ayudan a reducir la separación entre las autoridades y la gente, fomentando una comunicación más directa y participativa. Este cambio se alinea con lo que indica Castells (2009), quien afirma que “el dominio en la sociedad de la red se organiza a partir de la gestión y difusión de los datos” (p.3), el señala una distinción funcional notable entre las dos plataformas. Facebook se emplea en su mayor parte para compartir información oficial, actividades de la comunidad y temas que son de interés general, mientras que Instagram se enfoca en la comunicación personal, emotiva y visual. Esta distinción valida que los jóvenes modifican sus maneras de comunicarse según el contexto digital, lo que apoya la noción de identidades variadas y específicas.

Facebook e Instagram desempeñan funciones distintas pero que se complementan en las interacciones sociales y comunicativas de los jóvenes en el ámbito parroquial. Facebook se establece como el núcleo que conecta la red social digital y la identidad común, mientras que Instagram funciona como un lugar para la búsqueda personal y la expresión simbólica. Esta disposición muestra que las plataformas sociales no influyen de manera igual en los comportamientos de los jóvenes, sino que son adaptadas y reinterpretadas dependiendo de las circunstancias socioculturales del lugar, ayudando a la creación de identidades digitales que son flexibles, interactivas y muy vinculadas a contextos específicos.

## **2. ¿Cómo emplean los jóvenes Facebook e Instagram para expresarse, relacionarse y construir su identidad digital?**

Facebook e Instagram juegan un papel importante en la rutina diaria de la juventud, no solo como medios de interacción, sino también como lugares constantes para socializar y construir su identidad. La frecuencia elevada de uso donde el 70 % de los participantes en la encuesta se conecta varias veces al día o a la semana indica que la conexión con estas plataformas es continua y estable, lo que apunta a un cambio significativo en las maneras clásicas de interacción social. En este contexto, la socialización entre jóvenes ya no se restringe a las reuniones cara a cara, sino que se expande y se redefine en los espacios digitales.

El estudio sobre el uso de dispositivos tecnológicos apoya este concepto. Las estadísticas indican que no son los dispositivos en particular los que impactan directamente en la formación de la identidad, sino el acceso que proporcionan a redes sociales como Facebook e Instagram, en especial, el teléfono celular juega un papel fundamental, ya que proporciona una conexión constante, personal y confidencial. Esta capacidad de moverse entre diferentes plataformas potencia un vínculo más cercano con las redes sociales, brindando a los jóvenes la oportunidad de descubrir diferentes facetas de su identidad, crear conexiones y acceder a

contenido cultural con menos control por parte de sus familias.

Según Livingstone (2014), los dispositivos móviles enriquecen la vida digital al estar directamente presentes en las actividades diarias de los jóvenes, transformándose en lugares para probar su identidad. Respecto a las maneras de comunicarse, los resultados de la encuesta indican que el tipo de contenido que se comparte más frecuentemente son los reposts (37 %), seguido por las imágenes personales (26 %), las opiniones (21 %) y las citas motivadoras (16 %). Esta distribución muestra que la identidad digital de los jóvenes no se forma solo por sus propias creaciones, sino también a través de la asimilación de contenidos de otros. Compartir el contenido de otras personas significa que los jóvenes se sienten conectados con las ideas, imágenes o valores que piensan que los describen.

Desde la perspectiva del interaccionismo simbólico, Blumer (1969) argumenta que los significados se crean a través de la interacción social; aquí, la identidad se forma por la elección y la reinterpretación de símbolos que circulan en la red. Las imágenes personales, por otro lado, muestran la necesidad de hacer visible la identidad personal, donde la imagen, la apariencia y el estilo tienen un papel comunicativo fundamental. Instagram, en particular, resalta este aspecto visual, enfatizando lo que Goffman (1959) llama la “manera de mostrarse”, en la que las personas manejan de manera precisa la forma en que se ven ante los demás. Las valoraciones y frases motivadoras, aunque en menor medida, desempeñan un papel emocional y comunicativo, ya que permiten mostrar puntos de vista, emociones o deseos de forma directa o indirecta, sin revelar todo.

La entrevista con la Psic. Laura Verdezoto ofrece una comprensión más profunda de estos hallazgos. Desde un enfoque académico, Facebook e Instagram operan como prolongaciones de la identidad, en las que los jóvenes muestran distintas facetas de ellos mismos en función del público y de la red social. Esta propuesta está se alinea con lo presentado por Boyd (2014), quien sostiene que los adolescentes manejan diversas identidades en internet dependiendo de las audiencias que perciben. La identidad digital, por consiguiente, no es constante ni igual, sino que varía y depende del contexto.

Marwick (2013) señala que estas mediciones actúan afectando de manera directa la autoconfianza y la visión que se tiene de uno mismo. Desde una perspectiva crítica, esta necesidad de aprobación de los demás puede reemplazar modos clásicos de reconocimiento que se fundamentan en la comunicación personal y en la implicación en la comunidad. En situaciones donde la fama se ha desarrollado tradicionalmente a través de la relación directa y el tiempo compartido, la aparición de estructuras digitales puede crear desigualdades y tensiones sociales novedosas, a menudo poco visibles, pero con gran impacto.

Sin embargo, la experta también destaca la capacidad transformadora de las redes sociales cuando se emplean de forma reflexiva. Facebook e Instagram se pueden transformar en medios clave para mostrar relatos de la comunidad, tradiciones culturales y vivencias de los jóvenes, reforzando el vínculo con el lugar, puesto que, estas plataformas facilitan la confirmación de conexiones dentro de la comunidad y la búsqueda de identidades personales, en un proceso caracterizado por conflictos, negociaciones y reinterpretaciones

continuas. La identidad digital en los jóvenes se presenta como un fenómeno complicado, creado en el cruce de la tecnología, la cultura, los valores y la comunicación. El gran reto que enfrentamos es mejorar las habilidades críticas para facilitar un uso más consciente y valioso de las redes sociales.

### **3. ¿Qué tipo de contenido comunitario o institucional es el que circula en estas redes sociales y cómo es percibido por los jóvenes de la parroquia?**

El entorno de contenidos que se difunde en Facebook e Instagram está dominado por una notable cantidad de productos de entretenimiento e historias globales, que coexisten aunque en menor medida con materiales comunitarios y de instituciones. De acuerdo con la información de la encuesta, el 64 % de los jóvenes se enfoca sobre todo en ver videos de entretenimiento e influencers, lo que señala que estas plataformas funcionan como lugares de escape sobre la rutina diaria y, al mismo tiempo, como escaparates que muestran modelos deseables de éxito, belleza y estilo de vida.

Según Kellner (2011), los contenidos dirigidos al gran público no solo brindan entretenimiento, sino que también actúan como herramientas de socialización que comunican valores, reglas y deseos, en este contexto, los influencers están sustituyendo poco a poco a figuras clásicas de referencia, como pueden ser los líderes comunitarios o los familiares, en la forma en que se forma la identidad de los jóvenes, creando estándares externos que afectan la percepción de uno mismo y las metas personales. Esta dinámica genera una tensión continua entre la realidad de la zona y las ideas globales que se comparten en las plataformas digitales.

La conversación con el Lic. Edison Sangoluisa ayuda a explorar más esta idea, ofreciendo una perspectiva desde la gestión de la comunicación institucional. A partir de su vivencia, Facebook e Instagram no son solo medios de comunicación, sino que se convierten en lugares clave para la interacción dentro de la comunidad, donde se intenta crear conexión, visibilidad y conversación con los jóvenes. Esta asunción por parte de la institución, muestra un cambio importante en el entorno comunicativo local, donde la comunicación ya no es solo de arriba hacia abajo y de una sola dirección, sino que se convierte en un proceso más colaborativo, inclusivo y rápido.

Esta transformación se alinea con lo que menciona Castells (2009), quien afirma que en una sociedad conectada, el poder y la validez se generan a partir del continuo intercambio de información y la interacción. En este escenario, la participación activa de las organizaciones en redes sociales ayuda a aumentar su visibilidad en la sociedad y a preservar una relación continua con la comunidad, en particular con los jóvenes, quienes ven estas plataformas como más accesibles y próximas que los medios convencionales.

Desde un enfoque analítico, esta distinción sostiene la noción de que la identidad digital de los jóvenes es adaptable y depende del contexto. Según lo indicado por Goffman (1959), las personas modifican cómo se muestran a sí mismas dependiendo del contexto en el que se relacionan; en el ámbito digital, cada red social funciona como un escenario que tiene sus

propias normas. De esta manera, los jóvenes se mueven entre una identidad que es más colectiva y comunitaria en Facebook y otra que es más individual y estética en Instagram, sin que estas dos facetas se excluyan entre sí. Respecto a la forma en que perciben el contenido de las instituciones, se muestra que, aunque se considera útil y necesario, no siempre logra atraer la atención de los jóvenes cuando se presenta de manera rígida o demasiado informativa. Esto presenta un reto significativo en la comunicación: la obligación de ajustar los mensajes de las instituciones a los lenguajes visuales, narrativos y emocionales que son comunes en las plataformas en línea.

Por su parte, el Lic. Edison Sangoluisa menciona obstáculos estructurales, como la desinformación, la escasa participación crítica y la desigualdad en el acceso a la tecnología, que son elementos que restringen el efecto favorable de las redes sociales en la comunidad. En este contexto, se resalta la necesidad de mejorar las habilidades de comunicación y digitales en los jóvenes, fomentando la capacitación de miembros de la comunidad que puedan crear contenido que sea responsable, relevante y que tenga en cuenta la cultura local. Desde este ángulo, la comunicación en el entorno digital deja de ser solo un canal de distribución y se transforma en un recurso fundamental para el desarrollo de la identidad, la unión social y el enriquecimiento del tejido comunitario.

#### **4. ¿Cómo es que influye en la juventud las interacciones y los contenidos de Facebook e Instagram en la percepción de identidad y valores?**

Las relaciones virtuales en Facebook e Instagram tienen un impacto considerable, aunque no siempre de forma deliberada en la formación de la identidad y en la definición de los valores entre los jóvenes, lejos de ser solo números, los “me gusta”, comentarios y reacciones funcionan como señales de reconocimiento social que afectan cómo los jóvenes ven su autoimagen y ajustan sus acciones en el mundo digital. Los resultados de la encuesta indican que el 76 % de los jóvenes considera que las reacciones en redes sociales son importantes, lo que demuestra que la validación en línea se ha convertido en parte de su rutina diaria de socialización.

En específico, el 28 % que ve estas interacciones como “muy importantes” y el 7 % que las considera “excesivamente importantes” muestran una mayor conexión con situaciones de dependencia emocional, donde la autovaloración y la imagen personal están muy relacionadas con la aceptación de los demás. Este fenómeno se alinea con lo que señala Marwick (2013), quien argumenta que las métricas en línea actúan como una forma de capital social evidente, capaz de clasificar a las personas en el entorno digital. A pesar de que un 56 % indica que no siente la falta de reacciones, ya sea por indiferencia o por separación emocional, el análisis muestra una contradicción importante: el 24 % admite cambiar el tipo de contenido que comparte cuando no recibe interacción. Este descubrimiento muestra que, aunque no se muestre un efecto emocional directo, hay una adaptación intencionada digital que busca mejorar la visibilidad y la aceptación.

Desde la visión de Goffman (1959), esto se puede ver como un cambio continuo en la “imagen personal”, donde los jóvenes adaptan su comportamiento según las reacciones de los demás. De igual manera, el 20 % que siente emociones negativas como decepción, tristeza o falta de confianza por la escasez de interacciones demuestra que, para un grupo de jóvenes, la validación en línea juega un papel clave en la autoevaluación. En este contexto, Boyd (2014) señala que las plataformas en línea intensifican la búsqueda de validación social, sobre todo en la adolescencia, un período en el que la identidad sigue en desarrollo. Respecto a los valores, los hallazgos indican una repartición casi equitativa entre aquellos que notan alteraciones en sus valores personales (51 %) y aquellos que no las reconocen (48 %). Esta aparente división no significa que no haya influencia, sino que hay diferentes grados de entendimiento sobre cómo los contenidos digitales afectan.

Según Berger y Luckmann (1966), los procesos de socialización frecuentemente funcionan de manera implícita, haciendo que los discursos y prácticas se normalicen, lo que altera la forma en que se percibe la realidad, a menudo sin que las personas se den cuenta. Desde este punto de vista, las redes sociales se establecen como lugares de socialización secundaria, donde se difunden valores relacionados con el éxito personal, la apariencia, la competencia simbólica y la constante exposición. A la vez, la existencia de un grupo que muestra resistencia o independencia ante estas influencias indica la existencia de identidades más fuertes o basadas en la comunidad y la familia, lo que refuerza la noción de que la identidad juvenil no es igual ni uniforme.

La entrevista con el Ing. Carlos Chilibingua ofrece una perspectiva esencial para entender esta dinámica desde el contexto rural sobre lo institucional y comunitario. El presidente del GAD reconoce una mezcla de identidades, en la que los jóvenes combinan aspectos culturales locales con historias globales que provienen del ámbito digital. Esta unión no significa una separación con lo comunitario, sino una reevaluación continua de la identidad, donde se mezclan la pertenencia a un lugar, la familia y la comunidad con deseos actuales relacionados con el reconocimiento en redes sociales.

Además, enfatiza que la lógica de validación social característicamente de las plataformas que se basa en "me gusta", comentarios y comparticiones convierte la identidad en un proceso que se negocia de manera colectiva, lo cual depende de la reacción del público en el entorno digital. Este concepto se conecta con el interaccionismo simbólico de Blumer (1969), que sugiere que el sentido del ser se forma y se modifica a través de la interacción con demás. En el mundo virtual, esta conexión se hace más fuerte y se mantiene de manera constante, aumentando su efecto en la forma en que los jóvenes se ven a sí mismos: la distribución de contenido no es imparcial: comunica principios, valida acciones y moldea maneras de coexistir.

Según lo mencionado por Del Moral y Villalustre (2013), las plataformas en línea funcionan como elementos de socialización, que pueden fortalecer o disminuir aspectos como la solidaridad, el respeto y la implicación de los ciudadanos. En este contexto, el estudio muestra que, si las redes sociales se restringen a brindar información, su efecto es limitado. Por otro lado, cuando los mensajes de las instituciones se conectan con la identidad de los

jóvenes y fomentan su participación, se refuerza la comunidad y se valida la acción colectiva. Esto establece que el impacto de Facebook e Instagram no se basa solo en lo que se ve, sino en cómo se habla, se relaciona y se forma el sentido de manera conjunta, las interacciones y los materiales de Facebook e Instagram afectan tanto de manera directa como simbólica la forma en que los jóvenes ven su identidad y sus valores.

En relación con la teoría y la argumentación del presidente se puede manifestar que estos espacios funcionan como lugares donde se intercambian distinciones, se ajustan normas éticas y se expresan identidades mixtas, influenciadas por conflictos entre lo local y lo universal.

## CONCLUSIONES

- La investigación pone de manifiesto que Facebook e Instagram actúan como plataformas fundamentales para los jóvenes del área de estudio, superando su utilización meramente funcional. Estas plataformas transforman las maneras habituales de interacción, emergiendo como espacios en los que se intercambian significados, se manifiestan identidades y se desarrollan referentes identitarios a través de la comunicación digital.
- La evidente inclinación hacia Facebook como espacio comunitario se debe a factores socioculturales específicos de la región, en donde esta plataforma funciona como un ámbito de conexión social, comunicativa y relacional. A diferencia de las historias globales que sugieren su descenso, en este marco sigue siendo relevante como herramienta de unión comunitaria, lo que proporciona pruebas concretas acerca de la utilización diversa de las tecnologías dependiendo de la región.
- Instagram desempeña un papel enfocado en un espacio aspiracional, brindando a los jóvenes la oportunidad de mostrar sus estilos, sentimientos y deseos. La utilización conjunta de las dos plataformas evidencia que la identidad digital no es uniforme ni estática, sino que se trata de un proceso flexible que se ajusta a los códigos de comunicación propios de cada espacio digital.
- Las diferentes clases de contenido que se comparten indican que la identidad digital de los jóvenes se forma tanto a través de su propia creación como mediante la incorporación de narrativas externas. El gran número de reposts evidencia que ellos eligen y reinterpretan el contenido de otros para comunicar valores, emociones y opiniones, lo que amplía la noción convencional de autoexpresión en las dos redes sociales.
- Las interacciones en el entorno digital actúan como herramientas de reconocimiento propio afectan la manera en que los jóvenes se perciben a sí mismos y sus formas de comunicarse. Aunque no siempre se expresan como una repercusión emocional inmediata, los datos revelan cambios estratégicos en el contenido que se distribuye, lo cual se interpreta la administración de la identidad juvenil como una construcción híbrida.
- Con respecto a los valores, se observa una interacción entre referentes locales y narrativas globales, lo que da lugar a procesos de reinterpretación ética. Los entornos digitales funcionan como lugares de encuentro social en los que pueden reforzarse o ponerse a prueba valores como la solidaridad, el respeto y la participación, según el tipo de contenido y las dinámicas de comunicación que prevalezcan.

- Desde el ámbito institucional, los estudios demuestran que estas dos redes sociales han modificado las dinámicas de la comunicación pública, impulsando enfoques más participativos. No obstante, es claro que su capacidad se despliega de manera óptima cuando se implementan estrategias de comunicación que favorecen el diálogo, la relevancia cultural y la participación activa y consciente de los jóvenes.
- En esta investigación se destaca que el efecto de las redes sociales no es algo que ocurra de manera lineal, sino que depende del contexto y la comunicación. Facebook e Instagram pueden transformarse en recursos valiosos para potenciar la cohesión social y la identidad de la juventud, siempre y cuando su utilización se base en enfoques críticos, educativos y conectados con las realidades locales. De este modo, se les puede considerar a los jóvenes como protagonistas en la comunicación, en lugar de meros consumidores de información.

## RECOMENDACIONES

- Es pertinente potenciar los procesos de formación en alfabetización digital en cada institución educativa con el objetivo de que los jóvenes reconozcan cómo Facebook e Instagram influyen en la comunicación y la creación de significados e identidades. Se sugiere la creación de entornos educativos participativos, tales como talleres, foros o reuniones entre jóvenes, que fomenten un análisis crítico acerca del empleo diario de las redes sociales. El objetivo es alentar una comunicación que sea consciente, responsable y alineada con los valores de la comunidad.
- Dado que Facebook desempeña una función importante como plataforma de interacción social y de relaciones, es imprescindible valorar y fortalecer su papel comunitario en el ámbito local, evitando la adopción sin crítica de tendencias externas que no se alinean con la realidad social del área. En este contexto, se sugiere promover la utilización de esta plataforma como un medio clave para la organización de los jóvenes, la promoción de proyectos comunitarios y la creación de redes de apoyo, involucrando a los jóvenes como participantes activos en la gestión y creación de contenidos de relevancia para la comunidad.
- Considerando que Instagram tiene un papel esencialmente visual y expresivo, es indicado dirigir su utilización hacia la creación de narrativas identitarias constructivas que promuevan la autoestima y la expresión cultural de los jóvenes, evitando ceñirse a modelos aspiracionales uniformes. Se plantea la idea de impulsar iniciativas de producción audiovisual encabezadas por jóvenes. Estas podrían incluir campañas de fotografía, narrativas visuales o reels, con el propósito de destacar vivencias, sentimientos y realidades locales desde un panorama genuino y contextualizado.
- Ante la prevalencia de información que se redistribuye o se vuelve a interpretar, es aconsejable fomentar la creación de mensajes originales que representen experiencias, valores y perspectivas de los jóvenes, lo que a su vez potenciará la autoexpresión de manera consciente. Con este fin, es oportuno llevar a cabo propuestas de comunicación tales como concursos, talleres creativos o actividades participativas que incentiven a la juventud a producir contenidos innovadores, relacionados con su contexto social, cultural y comunitario.
- Teniendo en cuenta que la validación en el entorno digital impacta cómo los jóvenes manejan su imagen y su autoconcepto, Es conveniente que desde el GAD Parroquial se incorporen actividades de apoyo psicosocial y comunicacional, lo cual facilitaría la reflexión acerca del valor individual, trascendiendo las cifras digitales, y potenciaría una interacción más positiva.

- Para la interacción continua entre figuras locales y narrativas globales, es necesario potenciar enfoques comunicativos que guíen la redefinición ética hacia principios compartidos. En este contexto, se sugiere la creación de iniciativas digitales centradas en la comunidad, que empleen un lenguaje accesible para los jóvenes, integren relatos auténticos del entorno y fomenten formas de comunicación que fortalezcan la convivencia y el sentido de compromiso social.
- Conociendo que las plataformas sociales han cambiado las formas en que se lleva a cabo la comunicación en el ámbito público, es preciso fortalecer estrategias institucionales que pongan de relieve la inclusión de los jóvenes y fomenten el diálogo bilateral, dejando atrás los enfoques informativos que solo fluyen en una dirección. Se plantea la idea de establecer ambientes de co-creación que involucren a instituciones educativas y a jóvenes para desarrollar contenidos, realizar consultas digitales y llevar a cabo acciones de comunicación que refuercen la confianza, la legitimidad de las instituciones y la corresponsabilidad social.
- En vista de que el efecto de las redes sociales varía según el contexto y los modos de comunicación que se apliquen, es adecuado fortalecer el papel de los jóvenes como protagonistas clave en el ecosistema comunicativo de la comunidad. Con ese propósito, se sugiere fomentar la capacitación de jóvenes comunicadores en el ámbito comunitario, con un enfoque en el fortalecimiento de habilidades críticas, éticas y creativas. Esto les brindará la oportunidad de desempeñar un papel principal en la elaboración de narrativas digitales que tengan un impacto social y una conexión con el territorio.

## REFERENCIAS

- Alberto.C. (2013). *Narrativas tansmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Obtenido de <https://revistadecomunicacion.com/es/articulos/2014/Res177-179.html>
- Andrade.L, y Rivera.D. (2021). <https://revistacomunicar.com/>. Obtenido de Jóvenes y redes sociales: Entre la democratización del conocimiento y la inequidad digital: <https://revistacomunicar.com/html/69/es/69-2021-07.html>
- Barbero.J. ( 1991 ). *De los medios a las mediaciones Comunicación, cultura y hegemonía*. Mexico: Ediciones G. Gil. Berger.P, y Luckmann.T. (1986). *La construcción social de la realidad*. Obtenido de politecnicoMetro: <https://politecnicometro.edu.co/wp-content/uploads/2021/08/Construccion-social-de-la-realidad-Berger- Luckman.pdf>
- Boyd.N, y Ellison.N. (2007). *Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1)*. Obtenido de Definition, History, and Sholarship.
- Castells.M. (2019). *LA SOCIEDAD RED:*. Alianza Editorial. Castells.Manuel. (2009). *Comunicacion y poder*. Madrid: Alianza.
- CEPAL. (6 de Noviembre de 2024). [cepal.org](https://www.cepal.org/es/comunicados/transformacion-digital-real-efectiva-puede-ayudar-america-latina-caribe-superar-trampas). Obtenido de <https://www.cepal.org/es/comunicados/transformacion-digital-real-efectiva-puede-ayudar-america-latina-caribe-superar-trampas>
- CLACSO. (2023). Obtenido de <https://www.clacso.org/cultura-ciudadanias-y-educacion-en-el-entorno-digital/> Cutuglagua, G. (2024). *PLAN DE DESARROLLO ESTRATÉGICO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL*. Cutuglagua: PLAN-PDOT.
- Dans.I. (2015). *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y educación*. Obtenido de <https://revistas.udc.es/index.php/reipe/article/view/reipe.2015.0.13.145>
- Domínguez.F, y Rivera.S. (2007). *Repository.uaeh*. Obtenido de repository.uaeh.: <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icshu/article/view/13315>
- Flores.C, y Moran.C. (2009). *LAS REDES SOCIALES* . Lima,Perú: Enlace Virtual – Edición N° 1. Galeano. (2018). *Identidad, Juventud y crisis* . Argentina: Editorial Paidos .
- Goffman.E. (1997). *La influencia de George Herbert Mead en las*. Buenos Aires.
- Gómez.V, y Jimenez.A. (2022). [Redalyc.org/](https://www.redalyc.org/). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/105/10569983006/html/> Hernandez.R. (2014). *Metodología de la Investigación* . Mexico: Sexta edición.
- Hernández.S, y Fernández.C. (2014). *Metodología de la investigación*. España.
- Herrera.M, y Figueroa.I. (2019). Comunicar. *Revista Cientfica de Comunicación y Educación* . Obtenido de <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=42&articulo=42-2014-07>
- INEC. (2020). *Ecuador en cifras*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2020/Diciembre-2020/202012\\_Mercado\\_Laboral.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2020/Diciembre-2020/202012_Mercado_Laboral.pdf)
- INEC. (Julio de 2022). *Tecnologías de la información y comunicación*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2022/202207\\_Tecnolog%C3%ADa%20de%20la%20Informaci%C3%B3n%20y%20Comunicaci%C3%B3n-%20TICs.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2022/202207_Tecnolog%C3%ADa%20de%20la%20Informaci%C3%B3n%20y%20Comunicaci%C3%B3n-%20TICs.pdf)

- Jenkins.H. (08 de Mayo de 2008). *Planeta de libros*. Obtenido de <https://www.planetadelibros.com.ec/libro-convergence-culture/177540>
- Lemos, M. P. (2025, 19 septiembre). WhatsApp, Facebook e Instagram son los líderes por usuarios en América Latina. *Diario la República*. <https://www.larepublica.co/internet-economy/whatsapp-facebook-e-instagram-son-los-lideres-por-usuarios-en-america-latina-4228865>
- Martell.J. (23 de Noviembre de 2023). *Medium*. Obtenido de <https://medium.com/jonathan-martell/el-poder-de-la-comunicaci%C3%B3n-822620d1e3dd>
- Ministerio de Educación, D. y. (Julio de 2025). *educacion.gob*. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/avanza-la-reduccion-de-la-brecha-digital-con-la-instalacion-de-1-000-puntos-de-conectividad-satelital-en-instituciones-educativas-fiscales-uni-bi-y-pluridocentes/>
- Ortega.C. (2000). *Questionpro.com*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-tematico/>
- Perez.A, y Garcia.R. (2020). *icono14.net*. Obtenido de <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/1580>
- Sunkel.G, y Trucco.D. (2012). *LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES FRENTE A LOS DESAFÍOS DE UNA EDUCACIÓN INCLUSIVA EN AMÉRICA LATINA*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Tarullo.R, y Frezzotti.Y. (2022). *aacademica.org*. Obtenido de <https://www.aacademica.org/yanina.frezzotti/19.pdf>
- Taylor.J, y Bogdan.R. (1994.). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. España: Ediciones Paidós.
- UNESCO. (2011). *La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura*. Obtenido de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216099>
- UNESCO. (25 de Abril de 2024). *Global Education Monitoring Report Team*.
- UNESCO. (2020). Los jóvenes y la salud mental en la era digital. [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374110\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374110_spa)
- UTPL. (2017). *noticias.utpl*. Obtenido de <https://noticias.utpl.edu.ec/cultura-digital-la-transformacion-de-las-organizaciones>

## ANEXOS

### 1. Entrevistas

#### **Entrevista a presidente del GAD Parroquial de Cutuglagua**

**Nombre completo:** Carlos Chilingua Oña

**Edad:** 27 años

**Profesión / Especialidad:** Ingeniero Industrial

*Preguntas realizadas y respuestas por parte del profesional*

#### **1. ¿Cuál considera que es el papel de Facebook e Instagram dentro de la dinámica social y comunitaria de Cutuglagua?**

Facebook e Instagram cumplen un papel fundamental como medios de información y participación ciudadana. En una parroquia como la nuestra, donde aún existen limitaciones en medios tradicionales, estas plataformas se han convertido en herramientas clave para informar sobre actividades del GAD, convocatorias, campañas y también para mantener el contacto directo con la comunidad. Nos permiten estar más cerca de los ciudadanos, especialmente de los jóvenes, que son los más activos en redes.

#### **2. ¿Desde su experiencia como líder, cómo observa que los jóvenes utilizan estas plataformas en su vida diaria?**

Los jóvenes de Cutuglagua usan principalmente Instagram para expresarse, mostrar su estilo de vida o compartir momentos personales. Facebook, en cambio, lo usan más para enterarse de eventos o noticias locales. En muchos casos, también buscan inspiración en influencers o artistas. He notado que muchos jóvenes moldean su forma de pensar, vestir o comunicarse en base a lo que consumen en estas plataformas, lo cual tiene aspectos positivos y otros que requieren reflexión.

#### **3. ¿Qué tipo de contenido institucional, barrial o comunitario se comparte actualmente en redes sociales desde su organización o liderazgo?**

Desde el GAD Parroquial compartimos información sobre obras públicas, campañas de salud, actividades culturales, ferias productivas, convocatorias ciudadanas, procesos de rendición de cuentas, y también promovemos emprendimientos locales. Usamos Facebook como canal oficial, y tratamos de mantener una comunicación clara y visualmente atractiva para captar la atención, especialmente de los jóvenes.

#### **4. ¿Las redes sociales les han permitido fortalecer el vínculo entre la comunidad y sus autoridades? ¿Podría dar un ejemplo?**

Sí, sin duda. Un ejemplo concreto fue la campaña de limpieza barrial en el sector San Patricio. La convocatoria se hizo principalmente por Facebook, y gracias a la difusión en

grupos comunitarios y publicaciones con buena interacción, logramos una participación mayor a la esperada. La gente se siente escuchada cuando puede comentar, dar sugerencias o incluso expresar críticas de forma directa.

**5. ¿De qué manera las publicaciones en redes influyen en la percepción que los jóvenes tienen sobre su identidad o pertenencia local?**

Las redes tienen un impacto profundo. Cuando se difunden contenidos que resaltan nuestras costumbres, festividades o historias locales, los jóvenes sienten orgullo de su identidad. Pero también es cierto que, al estar tan expuestos a modelos ajenos a nuestra realidad, muchos terminan minimizando su origen rural o cultural. Ahí es donde debemos trabajar más como comunidad para fortalecer la identidad propia.

**6. ¿Qué valores comunitarios considera que se ven reflejados o que se deberían promover más en redes sociales?**

Valores como la solidaridad, el respeto, el trabajo comunitario y la responsabilidad deberían tener más presencia. A veces se da prioridad a contenidos triviales, y se pierde la oportunidad de mostrar lo que somos como comunidad. Cuando promovemos el apoyo mutuo, el cuidado del entorno o el respeto a nuestras tradiciones, no solo fortalecemos la identidad, sino también el tejido social.

**7. ¿Qué estrategias usan para promover esos valores desde el GAD o comunidad?**

Usamos campañas comunicacionales en fechas clave, como el Día del Medio Ambiente o el aniversario parroquial. También trabajamos con líderes barriales para compartir contenido positivo desde sus sectores. Nos apoyamos en jóvenes voluntarios que ayudan a generar contenido audiovisual más atractivo y con lenguaje actual. Además, incentivamos el reconocimiento público a personas que realizan acciones ejemplares en la comunidad.

**8. ¿Qué retos o limitaciones han enfrentado como organización o liderazgos comunitarios al usar Facebook e Instagram?**

Uno de los principales retos es la conectividad, ya que no todos los sectores de la parroquia tienen acceso estable a internet. También enfrentamos el desafío de lidiar con comentarios malintencionados o desinformación. Otro obstáculo es la falta de capacitación en comunicación digital; no todos los líderes o equipos barriales saben cómo usar las redes de forma efectiva. Nos falta aún profesionalizar más esta área.

**9. ¿Qué tipo de contenidos cree que podrían ayudar a fortalecer el sentido de identidad y cultura local entre los jóvenes?**

Historias de vida de adultos mayores, emprendimientos locales, tradiciones culturales, gastronomía típica, música andina interpretada por jóvenes del sector... Ese tipo de contenido conecta emocionalmente. También sería importante mostrar la cotidianidad de

nuestros barrios con orgullo y visibilizar a jóvenes que desde Cutuglagua están logrando cosas importantes sin dejar de lado sus raíces.

**10. ¿Qué estrategias recomendaría para que el uso de redes sociales en Cutuglagua sea más responsable, participativo y alineado a las necesidades de la comunidad?**

Primero, promover procesos de formación en comunicación digital, especialmente en jóvenes. Segundo, generar campañas de sensibilización sobre el uso responsable de redes y el respeto en el entorno digital. Tercero, fomentar la participación ciudadana en la creación de contenidos, que la comunidad se sienta protagonista. Por último, trabajar de la mano con instituciones educativas y organizaciones sociales para que el uso de redes esté siempre orientado a fortalecer nuestra identidad y valores locales.

## **Entrevista Comunicador del GAD Parroquial de Cutuglagua**

**Nombre completo:** Edison Fernando Sangoluisa Jácome

**Edad:** 27 años

**Profesión / Especialidad:** Licenciado en comunicación social

*Preguntas realizadas y respuestas por parte del profesional. Las preguntas son las mismas que se le hizo al Ing. Carlos Chilibingua.*

**1. ¿Cuál considera que es el papel de Facebook e Instagram dentro de la dinámica social y comunitaria de Cutuglagua?**

Estas redes sociales se han convertido en herramientas esenciales para difundir información institucional, conectar con los jóvenes y dar visibilidad a las actividades del GAD. Son una vía directa que facilita el acercamiento con la comunidad, especialmente en una parroquia como la nuestra, donde muchos jóvenes acceden primero a las redes antes que a otros medios.

**2. ¿Desde su experiencia como líder/comunicador, cómo observa que los jóvenes utilizan estas plataformas en su vida diaria?**

Lo que he podido observar es que los jóvenes las utilizan como una extensión de su identidad. En Instagram, muestran lo que hacen, cómo se ven y a quiénes siguen. En Facebook, comparten más temas comunitarios o eventos. También las usan para informarse de lo que pasa en la parroquia y expresarse con libertad sobre temas que les afectan.

**3. ¿Qué tipo de contenido institucional, barrial o comunitario se comparte actualmente en redes sociales desde su organización o liderazgo?**

Compartimos convocatorias, actividades culturales, resultados de gestiones, campañas de salud, educación ambiental y seguridad. También destacamos a jóvenes emprendedores, artistas locales y líderes barriales. Buscamos que el contenido tenga un lenguaje claro, visualmente atractivo y cercano al público juvenil.

**4. ¿Las redes sociales les han permitido fortalecer el vínculo entre la comunidad y sus autoridades? ¿Podría dar un ejemplo?**

Sí. Durante las emergencias por lluvias o cortes de agua, por ejemplo, la gente consulta directamente por redes. Eso nos obliga a dar respuestas inmediatas. Además, cuando promovemos eventos comunitarios, hemos notado que hay mayor asistencia si se difunde en Facebook e Instagram. Esto nos ha permitido establecer una relación más activa y transparente.

**5. ¿De qué manera las publicaciones en redes influyen en la percepción que los jóvenes tienen sobre su identidad o pertenencia local?**

Las publicaciones que muestran elementos de la vida en Cutuglagua, como las costumbres, el deporte o los paisajes rurales, suelen generar más interacción entre los jóvenes. Creo que al ver representado su entorno, refuerzan su sentido de identidad. Muchos se sienten orgullosos cuando se visibiliza algo propio de su barrio o cuando aparecen personas conocidas.

**6. ¿Qué valores comunitarios considera que se ven reflejados o que se deberían promover más en redes sociales?**

Se ven algunos valores como la solidaridad y el trabajo colectivo, pero aún falta promover más el respeto, la empatía, el orgullo por lo local y la inclusión. Es importante que las redes no solo sirvan para compartir, sino para educar y formar una ciudadanía más crítica y participativa.

**7. ¿Qué estrategias usan para promover esos valores desde el GAD o comunidad?**

Creamos campañas visuales con frases motivadoras, difundimos historias de vida inspiradoras de jóvenes de la parroquia y promovemos actividades como concursos o retos comunitarios digitales. También trabajamos con colegios y grupos juveniles para que ellos mismos sean creadores de contenido con enfoque en valores.

**8. ¿Qué retos o limitaciones han enfrentado como organización o liderazgos comunitarios al usar Facebook e Instagram?**

Uno de los mayores retos es llegar a toda la población, porque no todos tienen acceso estable a internet. Otro es la falta de interacción; muchas veces la gente ve la información, pero no comenta ni participa. También enfrentamos el reto de combatir la desinformación o los rumores que circulan sin verificación.

**9. ¿Qué tipo de contenidos cree que podrían ayudar a fortalecer el sentido de identidad y cultura local entre los jóvenes?**

Contenidos que muestren su vida real: emprendimientos, historias de éxito, festividades locales, expresiones artísticas y tradiciones barriales. Los jóvenes necesitan verse reflejados en las redes, no solo como consumidores, sino como protagonistas. También funcionaría crear contenidos con lenguaje juvenil, dinámico y audiovisual.

**10. ¿Qué estrategias recomendaría para que el uso de redes sociales en Cutuglagua sea más responsable, participativo y alineado a las necesidades de la comunidad?**

Recomendaría una mayor formación en comunicación digital responsable, tanto para jóvenes como para líderes barriales. También sería útil establecer lineamientos claros para la comunicación institucional, trabajar más con contenido generado por la propia comunidad, y fortalecer una red local de jóvenes comunicadores comunitarios.

## **Entrevista a Especialista en Valores e Identidad**

**Nombre completo:** Laura María Verdezoto Paredes

**Edad:** 41 años

**Profesión / Especialidad:** Psicóloga Social, especialista en juventud, identidad, valores y cultura digital.

**Institución:** Universidad Central del Ecuador

*Preguntas realizadas y respuestas por parte del profesional*

### **1. Desde su experiencia profesional, ¿cómo definiría la relación entre identidad personal y el uso de redes sociales en los jóvenes actuales?**

La relación es muy estrecha. En la actualidad, las redes sociales se han convertido en una extensión simbólica del yo. Es decir, los jóvenes no solo socializan allí, sino que construyen narrativas sobre quiénes son, qué piensan y cómo desean ser percibidos. La identidad ya no se forma exclusivamente en el entorno familiar o escolar, sino también en el espacio digital, donde cada publicación es una forma de autoafirmación o exploración personal.

### **2. ¿Qué rol considera que juegan plataformas como Facebook e Instagram en la construcción de los valores en la adolescencia y juventud?**

Estas plataformas funcionan como espejos y vitrinas. En ellas se reflejan los valores predominantes del entorno digital como el éxito, la imagen, la fama o la aceptación, y a su vez se internalizan a través del consumo diario. Si bien pueden promover valores positivos como la solidaridad o el respeto, también existe el riesgo de que valores superficiales sean normalizados sin reflexión crítica.

### **3. ¿Qué riesgos o tensiones observa en cuanto a la formación de identidad en contextos digitales, especialmente en zonas rurales como Cutuglagua?**

El principal riesgo es la desconexión entre la identidad local y los referentes digitales externos. Muchos jóvenes en zonas rurales comienzan a adoptar discursos, modas o estilos de vida que no siempre se ajustan a su realidad sociocultural. Esto puede generar conflictos internos, pérdida de autoestima o incluso rechazo a sus propias raíces. Es fundamental trabajar en una integración crítica entre lo digital y lo local.

### **4. ¿Las redes sociales contribuyen a reforzar los valores tradicionales o tienden más bien a introducir valores nuevos y, a veces, contradictorios?**

Ambas cosas ocurren. Las redes pueden ser un canal para mantener valores tradicionales por ejemplo, la celebración de fiestas locales o historias familiares, pero también introducen valores globalizados que a veces entran en tensión con las normas comunitarias. Lo clave es que el usuario tenga herramientas para discernir y no asumir

pasivamente todo lo que consume.

**5. ¿Qué importancia tiene la validación social digital (likes, seguidores, comentarios) en el desarrollo de la autoestima y la autopercepción juvenil?**

Es altísima. En muchos casos, los jóvenes miden su valía personal por la cantidad de interacciones que reciben. Esta dependencia puede generar inseguridad, ansiedad y frustración cuando no se alcanza la validación esperada. Es una forma de autoestima condicionada que puede ser perjudicial si no se acompaña con procesos de desarrollo personal y orientación crítica.

**6. ¿Cómo influye la exposición constante a modelos de éxito, belleza o estilo de vida en redes sociales sobre los procesos de identificación juvenil?**

Influye profundamente. Los modelos que se repiten en redes, influencers, celebridades y emprendedores establecen un ideal que muchas veces es irreal o inalcanzable. Esto puede llevar a comparaciones negativas, trastornos de imagen corporal y pérdida de autenticidad. Por eso, es importante enseñar a los jóvenes a cuestionar estos discursos y a buscar referentes positivos cercanos.

**7. ¿De qué manera los contenidos digitales pueden apoyar positivamente la construcción de identidad y el fortalecimiento de valores comunitarios?**

Cuando se orientan adecuadamente, los contenidos digitales pueden convertirse en herramientas pedagógicas y de visibilización. Por ejemplo, contar historias locales, promover líderes comunitarios, difundir proyectos de jóvenes de la zona o educar sobre derechos puede fortalecer el sentido de pertenencia y la identidad local. La clave está en producir contenidos con enfoque educativo, participativo y culturalmente relevante.

**8. ¿Qué indicadores deberían observarse para identificar si un joven está siendo influenciado negativamente por las redes sociales en su autoconcepto o en sus valores?**

Cambios bruscos en la conducta, obsesión por la imagen, aislamiento social, baja autoestima o discurso de odio hacia sí mismo u otros son señales de alerta. También es preocupante cuando un joven deja de mostrar interés por su entorno, sus raíces o sus relaciones reales por centrarse solo en su vida virtual.

**9. ¿Qué estrategias o recomendaciones propondría para promover un uso más reflexivo y formativo de las redes sociales entre adolescentes y jóvenes?**

Es fundamental implementar programas de alfabetización digital y emocional desde edades tempranas. Además, promover el diálogo familiar y comunitario sobre lo que se consume en redes, impulsar campañas con contenidos locales positivos y motivar a los jóvenes a crear sus propias narrativas. También, incluir estos temas en la educación

formal con un enfoque crítico.

**10. ¿Considera que las instituciones educativas o comunitarias tienen un papel clave en la orientación del uso digital? ¿Cómo podrían intervenir eficazmente?**

Sin duda. Las escuelas y GAD parroquiales pueden generar espacios de reflexión, talleres y proyectos en los que los jóvenes analicen su presencia en redes. También pueden trabajar en conjunto con familias y organizaciones para construir políticas digitales comunitarias que orienten un uso consciente, ético y seguro de estas plataformas. La educación digital debe ser parte de la formación integral de los jóvenes.

## 2. Encuestas

### Encuesta en Google Forms (Dirigido a jóvenes de 17 a 29 años, residentes de Cutuglagua )

#### Título del formulario:

**Encuesta sobre el impacto de Facebook e Instagram en la identidad y valores de los jóvenes de Cutuglagua**

#### Descripción:

¡Hola! Mi nombre es Joel Lemus y agradezco tu participación en esta encuesta. El objetivo de esta investigación es conocer cómo los jóvenes de Cutuglagua usan Facebook e Instagram, y cómo estas plataformas influyen en su identidad personal, social y en sus valores. Tus respuestas serán completamente confidenciales y utilizadas únicamente con fines académicos.

#### Sección 1: Datos personales

- Nombre completo (Respuesta corta)
- Edad (Respuesta corta - numérica)
- Género (Opción múltiple): Femenino / Masculino / Otro
- Ocupación (Respuesta corta)
- Lugar de residencia (Respuesta corta)

Ejemplo: Barrio San Patricio, Santa Isabel, Centro, La Cocha, otro o indicar “No resido en Cutuglagua”.

#### Sección 2: Uso de redes sociales

¿Qué redes sociales utilizas?

-Facebook

-Instagram

¿En cuál de las siguientes redes sociales mantienes cuentas activas?

-Facebook

-Instagram

¿Con qué frecuencia usas Facebook e Instagram? (Opción múltiple)

- Varias veces al día
- Una vez al día
- Varias veces a la semana
- Rara vez
- Nunca

¿Desde qué dispositivo usas más frecuentemente estas redes sociales? (Opción múltiple)

- Teléfono celular
- Computadora o laptop
- Tablet
- Televisor inteligente (Smart TV)
- Otro (especifique)

¿Qué tipo de contenido consumes principalmente en Facebook e Instagram? (Casillas de verificación)

- Noticias
- Videos de entretenimiento
- Publicaciones de influencers o artistas
- Fotografías personales
- Frases o reflexiones
- Otro (especifique)

¿Qué tipo de contenido publicas con más frecuencia? (Casillas de verificación)

- Fotografías propias
- Opiniones personales
- Reposts de contenido de otros
- Frases motivacionales
- Otro (especifique)

¿Con qué personas o perfiles públicos te sientes más identificado/a? (Respuesta abierta)

¿Por qué te sientes identificado con esas cuentas o perfiles? (Respuesta abierta)

### Sección 3: Identidad, imagen y narrativas digitales

¿Crees que tus publicaciones reflejan cómo eres en realidad? (Opción múltiple)

- Sí, totalmente
- Parcialmente
- Poco
- No

¿Has cambiado tu forma de expresarte o vestirte influenciado por lo que ves en redes sociales? (Opción múltiple)

-Sí

-No

-No estoy seguro/a

¿Sientes que tu imagen en redes sociales ha afectado cómo te ven los demás? (Opción múltiple)

- Sí, bastante
- Algo
- Poco
- Nada

¿Qué tipo de narrativas prefieres consumir? (Casillas de verificación)

- Historias de superación personal
- Humor o sátira
- Cultura local o rural
- Moda y estilo de vida
- Activismo o causas sociales
- Otro (especifique)

¿Consideras que el contenido que ves o compartes en redes te ayuda a expresar tu identidad? (Opción múltiple)

- Sí, totalmente
- Parcialmente
- A veces
- No mucho
- No, definitivamente

¿Te sientes orgulloso/a de mostrar tu cultura local en redes sociales?. (Escala del 1 al 5)

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 3 = Indeciso
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo

#### **Sección 4: Valores y validación social**

¿Qué valores percibes como los más promovidos en Facebook e Instagram? (Casillas de verificación)

- Éxito
- Autoaceptación
- Solidaridad
- Autenticidad
- Respeto
- Amor propio

¿Cuánto te importan los “me gusta” o comentarios en tus publicaciones? (Escala 1 a 5)

- 1 = Nada importantes
- 2 = Poco importantes
- 3 = Medianamente importantes
- 4 = Altamente importantes
- 5 = Demasiado importantes

¿Cómo te sientes cuando tus publicaciones no reciben reacciones (me gusta, comentarios, compartidos)?

(Puedes responder libremente o seleccionar según escala emocional)

Opciones sugeridas (si se usa escala emocional):

- Me siento indiferente
- Me causa inseguridad
- Me frustra o entristece
- Me motiva a publicar diferente
- No me afecta en absoluto

¿Crees que tus valores han cambiado debido a lo que consumes o compartes en redes sociales?

- Sí
- No
- No estoy seguro/a