



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
CARRERA: COMUNICACIÓN, MODALIDAD EN LÍNEA

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA:

“Redes sociales e identidad: Análisis del uso de Facebook como herramienta de difusión cultural en estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Eloy Alfaro, Parroquia San Blas, Cantón Urcuquí”

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

Línea de investigación: Desarrollo social y del comportamiento humano

AUTOR:

Galo Daniel Álvarez Echeverría

DIRECTOR:

Msc. Judith Mercedes Bayas Jimenez

Ibarra - Ecuador 2026



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR 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 DEL CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003392725		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Álvarez Echeverría Galo Daniel		
DIRECCIÓN:	Padre Pío De Pietrelcina 2-38 Y Av. José Espinoza De Los Monteros		
EMAIL:	gdivareze@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	(06) 2511-425	TELÉFONO MÓVIL:	098 850 8010

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“Redes sociales e identidad: Análisis del uso de Facebook como herramienta de difusión cultural en estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Eloy Alfaro, Parroquia San Blas, Cantón Urcuquí”
AUTOR:	Álvarez Echeverría Galo Daniel
FECHA:	27/01/2026
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSTGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciado en Comunicación
ASESOR / DIRECTOR:	Msc. Gabriela Garces Msc. Bayas Judith

2. CONSTANCIAS

Yo, Galo Daniel Álvarez Echeverría manifiesto 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 el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 27 días, del mes de enero de 2026

EL AUTOR:

Firma.....

Nombre: Galo Daniel Alvarez Echeverría

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Ibarra, 27 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.

(f)

Msc. Judith Bayas Jiménez

C.C.: 1002798096

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación, titulada “Redes sociales e identidad: Análisis del uso de Facebook como herramienta de difusión cultural en estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Eloy Alfaro, Parroquia San Blas, Cantón Urcuquí”. Su objetivo principal fue analizar el uso de la red social Facebook como medio para la difusión cultural entre los estudiantes de bachillerato de dicha Unidad educativa. El estudio adoptó una metodología mixta, combinando enfoques cuantitativo y cualitativo, mediante la aplicación de encuestas a los estudiantes y entrevistas a actores clave del ámbito educativo y cultural. Esta estrategia permitió recopilar información relevante para comprender los hábitos de uso de Facebook entre los jóvenes, la presencia de contenido cultural en la plataforma, y las percepciones que tienen los estudiantes sobre su utilidad como herramienta de difusión cultural. A partir del análisis de los resultados, se identificaron patrones significativos en el uso de Facebook con fines culturales, lo que permitió diseñar una propuesta comunicacional orientada a fortalecer y difundir la cultura local a través de esta red social. La investigación contribuye así al entendimiento del papel que desempeñan las redes sociales en la construcción de identidad cultural en contextos educativos.

Palabras clave: red social, Facebook, estudiantes, difusión cultural, identidad.

ABSTRACT

The present research, entitled “*Social Networks and Identity: Analysis of the Use of Facebook as a Tool for Cultural Dissemination among High School Students of Unidad Educativa Eloy Alfaro, San Blas Parish, Urcuquí Canton*”. The primary objective of this study was to analyze the use of the social network Facebook as a medium for cultural dissemination among high school students of the aforementioned institution. A mixed methods approach was employed, integrating quantitative and qualitative techniques through the application of surveys to students and interviews with key actors from the educational and cultural fields. This methodological design enabled the collection of relevant data to understand students’ patterns of Facebook use, the presence of cultural content on the platform, and their perceptions regarding its effectiveness as a tool for cultural dissemination. The analysis of the results revealed significant patterns in the use of Facebook for cultural purposes, which served as the foundation for the development of a communication proposal aimed at strengthening and promoting local culture through this social network. Therefore, the research contributes to a deeper understanding of the role that social media play in the construction of cultural identity within educational contexts.

Keywords: social network, Facebook, students, cultural dissemination, identity.

INDICE DE CONTENIDOS

1.	<i>CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO</i>	13
1.1.	Comunicación	13
1.1.1.	La Comunicación	13
1.1.2.	Elementos de la Comunicación	13
1.1.3.	Evolución de la Comunicación	15
1.1.4.	Comunicación Digital	15
1.1.5.	Plataformas y medios digitales	16
1.2.	Redes sociales	16
1.2.1.	Conceptualización de las redes sociales	16
1.2.2.	Características de las redes sociales	17
1.2.3.	Uso de las redes sociales entre los jóvenes	17
1.2.4.	Impacto del uso de las redes sociales	17
1.3.	Facebook	18
1.3.1.	Descripción de Facebook	18
1.3.2.	Funcionalidades y herramientas de Facebook	19
1.3.3.	Datos relevantes sobre el uso de Facebook en Ecuador	20
1.3.4.	Facebook como herramienta de difusión cultural	20
1.4.	Identidad y cultura	21
1.4.1.	¿Qué es la identidad?	21
1.4.2.	¿Qué es la cultura?	22
1.4.3.	Relación entre identidad y cultura	23
1.4.4.	Impacto de la cultura en la construcción de la identidad	24
1.5.	Contexto cultural	25
1.5.1.	Contexto cultural nacional	25
1.5.2.	Contexto cultural local	26
2.	<i>CAPÍTULO II: MATERIALES Y MÉTODOS</i>	28
2.1.	Tipo de Investigación	28
2.2.	Métodos, Técnicas e Instrumentos	28
2.3.	Preguntas de la Investigación	29
2.4.	Matriz de Operacionalización de Variables	29
2.5.	Población y Muestra	31
2.6.	Procedimiento y Análisis de datos	31
3.	<i>CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN</i>	33
3.1.	Resultados de las encuestas aplicadas	33
3.2.	Resultados de las Entrevistas Aplicadas	46
3.2.1.	Resultados entrevista realizada Rector de la Unidad Educativa Eloy Alfaro	46
3.2.2.	Resultados entrevista realizada a Promotora Cultural del Municipio de Urcuquí	49
3.1.3.	Resultados entrevista a Gestora Cultural Independiente	53
3.2.	Discusión de resultados	56
4.	<i>CAPÍTULO IV: PROPUESTA</i>	61

4.1.	Nombre del Producto Comunicacional _____	61
4.2.	Objetivos del Producto Comunicacional _____	61
4.2.1.	Objetivo General _____	61
4.2.2.	Objetivos específicos _____	61
4.3.	Público Objetivo _____	62
4.4.	Descripción del Producto Comunicacional _____	62
4.5.	Formato y Componentes del Producto Comunicacional _____	62
4.5.1.	Formato del Producto Comunicacional _____	63
4.5.2.	Componentes del Producto Comunicacional _____	63
4.6.	Recursos Necesarios para la Campaña Digital _____	71
4.6.1.	Recursos humanos _____	71
4.6.2.	Recursos Tecnológicos _____	71
	<i>CONCLUSIONES</i> _____	73
	<i>RECOMENDACIONES</i> _____	75
	<i>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</i> _____	76
	<i>ANEXOS</i> _____	79

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Descripción de los Elementos de Comunicación</i>	14
<i>Tabla 2 Matriz de Operacionalización de Variables: Encuesta</i>	29
<i>Tabla 3 Matriz de Operacionalización de Variables: Entrevistas</i>	30
<i>Tabla 4 Edad</i>	33
<i>Tabla 5 Sexo</i>	34
<i>Tabla 6 Cursos</i>	34
<i>Tabla 7 ¿Tienes una cuenta activa en Facebook?</i>	34
<i>Tabla 8 ¿Qué otras redes sociales usas con frecuencia?</i>	35
<i>Tabla 9 ¿Cuántas horas al día usas Facebook?</i>	35
<i>Tabla 10 ¿Con qué frecuencia interactúas con publicaciones culturales</i>	36
<i>Tabla 11 ¿Qué tipo de contenido compartes en Facebook con mayor frecuencia?</i>	37
<i>Tabla 12 ¿Sigues páginas o grupos relacionados con cultura en Facebook?</i>	37
<i>Tabla 13 ¿Formas parte de algún grupo o página de Facebook?</i>	38
<i>Tabla 14 ¿Has visto contenido cultural ecuatoriano en Facebook?</i>	38
<i>Tabla 15 ¿Compartes contenido relacionado con tu cultura o tradiciones locales enFacebook?</i>	39
<i>Tabla 16 ¿Crees que Facebook ayuda a difundir la cultura local entre los jóvenes?</i>	39
<i>Tabla 17 ¿Te sientes identificado/a con los contenidos culturales que ves en Facebook? ¿Te sientes identificado/a con los contenidos culturales que ves en Facebook?</i>	40
<i>Tabla 18 ¿Consideras que el uso de Facebook ha influido cómo percibes tu identidad cultural?</i>	40
<i>Tabla 19 ¿Has visto publicaciones sobre cultura local de Urcuquí o San Blas en Facebook?</i>	41
<i>Tabla 20 ¿Qué tipo de contenido cultural prefieres en Facebook?</i>	41
<i>Tabla 21 ¿Interactúas con contenido cultural en Facebook?</i>	42
<i>Tabla 22 ¿Qué tipo de publicaciones culturales generas o compartes tú mismo en Facebook?</i>	42
<i>Tabla 23 ¿Qué reacciones ves con más frecuencia en publicaciones culturales en Facebook?</i>	43
<i>Tabla 24 ¿Crees que los comentarios en las publicaciones influyen en sentir sobre la cultura?</i>	43
<i>Tabla 25 ¿Consideras que Facebook es una buena herramienta para difundir cultura?</i>	44
<i>Tabla 26 ¿Crees que Facebook influye en tu identidad cultural?</i>	44
<i>Tabla 27 ¿Te gustaría que se publiquen más contenidos de tu parroquia en Facebook?</i>	45
<i>Tabla 28 ¿Estarías dispuesto(a) a participar activamente en la creación de contenido?</i>	45
<i>Tabla 29 ¿Cómo aportarías a la difusión cultural del cantón Urcuquí a través de Facebook?</i>	46
<i>Tabla 30 Resultado entrevista Rector de la Institución</i>	46
<i>Tabla 31 Resultados Entrevista a Promotora Cultural del Municipio de Urcuquí</i>	49
<i>Tabla 32 Resultados entrevista a Gestora Cultural Independiente</i>	53
<i>Tabla 33 Formato del Producto Comunicacional</i>	63

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1 Elementos de la Comunicación.....</i>	<i>14</i>
<i>Figura 2 Funcionalidades de Facebook.....</i>	<i>19</i>
<i>Figura 3 Cronopost.....</i>	<i>64</i>
<i>Figura 4 Alfarito, personaje de la Campaña Digital</i>	<i>65</i>
<i>Figura 5 Teaser o Post de Expectativa.....</i>	<i>65</i>
<i>Figura 6 Plantilla denominada: Sabías qué?</i>	<i>66</i>
<i>Figura 7 Infografía</i>	<i>67</i>
<i>Figura 8 Reel informativo.....</i>	<i>67</i>
<i>Figura 9 Publicación Central.....</i>	<i>68</i>
<i>Figura 10 Ejemplo de Teaser o Post de Expectativa.....</i>	<i>68</i>
<i>Figura 11 Ejemplo de Plantilla denominada: Sabías qué?</i>	<i>69</i>
<i>Figura 12 Ejemplo de Infografía</i>	<i>70</i>
<i>Figura 13 Ejemplo de Reel Informativo</i>	<i>70</i> F
<i>Figura 14 Ejemplo de Publicación Central.....</i>	<i>71</i>

INTRODUCCIÓN

El auge de los medios digitales transforma de manera significativa las formas de comunicación en la sociedad contemporánea. Mientras los medios tradicionales constituyen históricamente los principales canales de interacción, en la actualidad las plataformas digitales permiten una comunicación inmediata, constante y multidireccional. En este contexto, las redes sociales se consolidan como herramientas fundamentales, especialmente entre adolescentes y jóvenes, quienes las utilizan no solo para socializar, sino también para consumir y producir contenidos.

Entre las redes sociales más utilizadas, Facebook mantiene un lugar relevante entre los estudiantes de bachillerato, principalmente durante su tiempo libre, en complementariedad con otras plataformas digitales. No obstante, pese a su alto nivel de uso y alcance, el contenido que circula en esta red social se orienta mayoritariamente al entretenimiento, lo que evidencia una limitada presencia de contenidos culturales, particularmente aquellos vinculados con el contexto local. Esta situación configura un problema comunicacional relacionado con el desaprovechamiento de Facebook como herramienta para la difusión cultural entre adolescentes.

A ello se suma la escasa investigación sobre este fenómeno en el contexto local. En el ámbito educativo de la parroquia San Blas, cantón Urcuquí, no se registran estudios previos que analicen de manera sistemática el uso de Facebook como medio de difusión de la cultura local entre estudiantes de bachillerato. Esta ausencia de investigaciones limita la comprensión del papel que las redes sociales desempeñan en los procesos de construcción de la identidad cultural y en el fortalecimiento del sentido de pertenencia de los jóvenes hacia su comunidad. Asimismo, desde una perspectiva social, esta problemática resulta relevante debido a que la reducida difusión de la cultura local en los espacios digitales contribuye al debilitamiento del vínculo de los estudiantes con su entorno sociocultural, en un contexto marcado por la predominancia de contenidos globalizados.

En este sentido, el presente estudio tiene como objetivo general analizar el uso de la red social Facebook como herramienta de difusión cultural en los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Eloy Alfaro, ubicada en la parroquia San Blas, cantón Urcuquí. De manera específica, se busca identificar los principales hábitos de uso de Facebook entre los estudiantes, examinar la presencia de contenidos culturales en esta plataforma, analizar la percepción que tienen los jóvenes sobre su potencial como medio de difusión cultural y proponer un producto comunicacional orientado al fortalecimiento de la cultura local.

Para el cumplimiento de los objetivos planteados, se realiza una revisión bibliográfica que permite la construcción del marco teórico, abordando conceptos como comunicación, redes sociales, Facebook, identidad y cultura. Metodológicamente, se adopta un enfoque mixto, que incluye la aplicación de encuestas a los estudiantes y entrevistas a gestores culturales de la localidad, con el fin de obtener una visión integral y contextualizada del fenómeno estudiado.

Finalmente, el análisis de los resultados permite determinar la incidencia del uso de Facebook en la difusión de la cultura local y sustenta la propuesta de un producto comunicacional orientado a fortalecer los procesos de comunicación cultural en entornos digitales.

1. CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO

El presente capítulo expone los principales fundamentos teóricos que respaldan esta investigación, con el propósito de clarificar los conceptos clave que se articulan en el estudio, así como las principales corrientes de influencia y su correspondiente sustento teórico.

Considerando el enfoque de la investigación, este capítulo inicia con definiciones fundamentales relacionadas con la comunicación y su vínculo con las redes sociales. Se parte de conceptos generales para construir un marco teórico sólido, y progresivamente se avanza hacia un análisis específico de la red social Facebook. A partir de ello, se profundiza en temas clave como la identidad y la cultura, para finalmente contextualizar estos elementos en el ámbito local.

1.1. Comunicación

1.1.1. La Comunicación

Desde sus inicios, el ser humano ha desarrollado diversas formas de intercambio de ideas, información, emociones y significados a través de lenguajes simbólicos, tanto verbales como no verbales, ya sean orales, escritos u otros. Estos procesos comunicativos se encuentran siempre mediados por un contexto cultural específico, el cual permite la construcción activa y compartida de significados. En este sentido, Quiroz (2003) sostiene que:

la comunicación es una función del lenguaje esencial en el intercambio social. El lenguaje permite la coexistencia, la cultura del conocimiento y la transferencia; es la base de los pensamientos y la lógica, y posibilita la afectividad y la autorregulación. (p. 40)

Así también, Cabrera (2018) define la comunicación como:

el proceso humano en el cual los sujetos entran en contacto mediante la interacción de significados. Proceso que se construye en el marco de una cultura determinada, en la cual los sujetos se reconocen como interlocutores válidos y, por tanto, capaces de compartir significados. (p. 2)

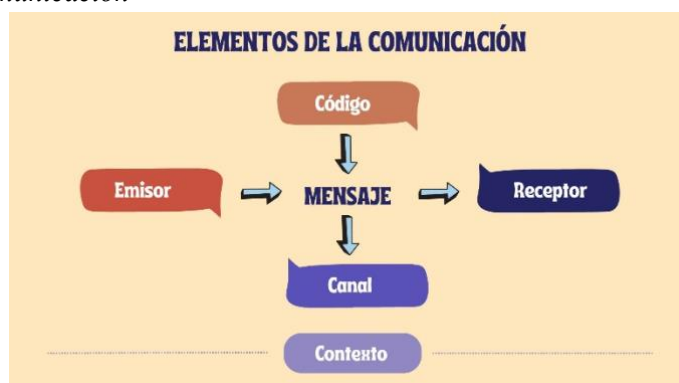
Desde esta perspectiva, la comunicación no se limita a la simple creación de mensajes, sino que implica la construcción compartida de significados en interacción con otros. A través de este proceso, se configuran tanto la identidad individual como la colectiva, las cuales se ven potenciadas por los medios de comunicación que, gracias al desarrollo tecnológico, permiten una difusión masiva.

1.1.2. Elementos de la Comunicación

Según Rojas Alanya (2019):

los elementos básicos del proceso comunicativo incluyen emisores, receptores, mensaje, canal, código y contexto. Cada uno de estos componentes juega un papel crucial en la eficiencia de la comunicación, y su comprensión es importante para analizar los procesos comunicativos en la educación y el entorno digital. (p.12)

Figura 1
Elementos de la Comunicación



Fuente: Elaboración propia

Por lo que, para generar comunicación, es necesaria la intervención de varios elementos que permiten la fluidez de los mensajes:

Tabla 1
Descripción de los Elementos de Comunicación

Descripción de los Elementos de Comunicación	
Emisor	Es el actor que inicia el proceso comunicativo. Su función es codificar y transmitir el mensaje, seleccionando el contenido, el lenguaje y el canal más adecuados según su intención y el contexto en el que se encuentra.
Receptor	Es quien recibe el mensaje, y se encarga de decodificar la información, la interpreta a partir de sus creencias, experiencias y contexto cultural, y al ofrecer una respuesta se convierte en emisor.
Mensaje	Es el contenido de la comunicación, expresado como una idea, información, emoción o significado que se desea transmitir.
Código	Es el conjunto de signos y reglas compartidas que el emisor y el receptor utilizan para construir y comprender el mensaje.
Canal	Es el medio físico o digital a través del cual se transmite el mensaje.
Contexto	Es el entorno en el que se produce la comunicación dentro del cual influyen factores culturales, sociales, históricos y situacionales que influyen en la interpretación del mensaje.

Retroalimentación (Feedback)	Es la respuesta que el receptor da al emisor. Permite saber si el mensaje fue recibido y comprendido correctamente, y convierte la comunicación en un proceso interactivo.
-------------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia

1.1.3. Evolución de la Comunicación

En las primeras etapas de la humanidad, las señas y los gestos fueron los principales medios de comunicación entre emisor y receptor. Con el desarrollo progresivo de la tecnología, la cultura y la sociedad, la comunicación ha experimentado transformaciones profundas. La aparición de la radio y la televisión marcó un hito en la difusión masiva de información, dando lugar a una nueva era en la historia de la comunicación. No obstante, en la actualidad, estos medios han sido en gran medida desplazados por la masificación de las plataformas digitales, que posibilitan una comunicación más inmediata, interactiva y descentralizada.

La evolución de la comunicación responde a las crecientes exigencias de interacción en un mundo donde la tecnología se ha convertido en un pilar fundamental. Este proceso se vio intensamente acelerado a raíz de la pandemia por COVID-19, que a nivel global impulsó el uso y posicionamiento de los medios digitales como canales principales de intercambio comunicativo. A través de estas plataformas, niños, jóvenes y adultos expresan sus emociones, comparten aspectos de su vida cotidiana y participan activamente en nuevas formas de interacción social. Según Gabay (2018):

la evolución de las redes sociales ha transformado profundamente los procesos comunicativos, desplazando los modelos unidireccionales hacia esquemas interactivos en los que los usuarios actúan simultáneamente como emisores y receptores. Esta transformación ha favorecido una comunicación más horizontal, aspecto fundamental para comprender el uso de plataformas como Facebook en contextos educativos y culturales. (p. 8)

1.1.4. Comunicación Digital

La comunicación digital, según García-Ruiz (2020) se refiere al intercambio de información a través de tecnologías como Internet, redes sociales, correo electrónico, aplicaciones de mensajería, blogs y foros, entre otras. A diferencia de la comunicación tradicional, este tipo de interacción se apoya en dispositivos electrónicos que permiten transmitir mensajes de manera instantánea, global y, en muchos casos, con contenidos multimedia.

Según Pérez-Escoda (2020) la transformación digital ha dado lugar a sociedades más participativas y conectadas, en las cuales la comunicación y la educación convergen dentro de entornos virtuales. En este contexto, las redes sociales emergen como espacios clave para la interacción y el aprendizaje, lo que subraya su potencial como herramientas con fines educativos y culturales.

1.1.5. Plataformas y medios digitales

Cuando hablamos de plataformas y medios digitales, García (2021)

nos referimos a los entornos tecnológicos diseñados para crear, distribuir, consumir y gestionar contenido en línea. Estos espacios permiten un alcance global, una comunicación inmediata y una interacción constante. Entre los principales tipos se encuentran las plataformas de redes sociales, comercio electrónico, educación, entretenimiento y streaming, finanzas, empleo, e inteligencia artificial, entre otras. (p. 25)

Conforme indica García-Ruiz (2020) hoy en día, mantener una comunicación sin el apoyo de la tecnología resulta cada vez más insostenible, ya que las actividades esenciales de la vida diaria como el trabajo, los estudios, las reuniones o los eventos, se desarrollan en gran medida a través de estas plataformas. La transmisión de datos se ha convertido en una práctica habitual tanto en contextos profesionales como educativos, y son precisamente estos medios digitales los que facilitan y sostienen dicha conectividad.

En el contexto ecuatoriano, para Zamora (2020):

los nuevos medios digitales en Ecuador han sido fundamentales en la difusión de contenidos culturales y en la visibilización de la diversidad. Plataformas como Facebook permiten el desarrollo de narrativas digitales accesibles, participativas y orientadas a públicos juveniles. (p.13)

Siendo así, las plataformas digitales son herramientas clave para la visualización y promoción de identidades culturales, especialmente en comunidades locales, donde se destaca cómo estas plataformas permiten a las comunidades compartir su patrimonio cultural y fortalecer su presencia en el entorno digital.

1.2. Redes sociales

1.2.1. Conceptualización de las redes sociales

Conforme indica García y Gil (2017), las redes sociales son plataformas digitales que facilitan la creación, el intercambio de contenidos generados por los usuarios y la interacción social en línea conforme indica. Su crecimiento ha estado estrechamente relacionado con la expansión del acceso a internet y el desarrollo de tecnologías digitales, lo que ha convertido a los dispositivos tecnológicos en componentes clave del entorno comunicativo actual. Con el paso del tiempo, según Del Barrio Fernández (2014), la comunicación a través de redes sociales ha evolucionado notablemente: de ser un simple medio de entretenimiento, han pasado a convertirse en espacios esenciales para la educación, la participación comunitaria, el comercio y la difusión cultural. Según Zárate (2025) entre las redes sociales más utilizadas a nivel global se encuentran Facebook, Instagram, TikTok, X (antes Twitter) y LinkedIn, cada una con funciones específicas que responden a distintas necesidades sociales y comunicativas.

1.2.2. Características de las redes sociales

Tamboleo García (2021) indica que “las redes sociales se refieren a las relaciones entre individuos”. Éstas poseen una serie de características que las distinguen de otros tipos de plataformas digitales, tal como señala Quimí (2022):

estas plataformas permiten crear, guardar y compartir información, facilitando estrategias digitales. Destaca funciones como la interacción social, la difusión de contenidos y la construcción de identidad digital. Entre ellas destacan la interacción constante entre usuarios, la creación y difusión de contenido, la existencia de perfiles personalizados, y el uso de algoritmos que muestran publicaciones basadas en los intereses de cada persona. (p.23)

Además, se caracterizan por su actualización continua, la presencia de publicidad segmentada y la posibilidad de gestionar la privacidad según las preferencias del usuario. Asimismo, las redes sociales permiten el acceso a los perfiles desde una amplia variedad de dispositivos, sin restricciones en cuanto al número de accesos simultáneos. Gracias a su compatibilidad multiplataforma y a la conexión a Internet, los usuarios pueden ingresar desde cualquier lugar y en cualquier momento.

1.2.3. Uso de las redes sociales entre los jóvenes

Los niños y adolescentes están en una etapa crucial de formación de su identidad personal, por lo que el uso de redes sociales puede influir significativamente en este proceso. Factores como la cantidad de tiempo que pasan conectados, el tipo de contenido que consumen y las influencias que siguen en estas plataformas juegan un papel determinante en el desarrollo de su personalidad y valores. Más del 90% de los adolescentes y jóvenes adultos utilizan alguna plataforma de redes sociales diariamente. De acuerdo a datos generados por el INEC, en el año 2020, la población a nivel nacional fue de 17.630.690 personas, de las cuales el 92,2% corresponde a la población de 5 y más años; el 58,0% de los mismos, cuenta con al menos un celular activado, y el 47,4% dispone de un celular Smartphone, de los cuales, el 44,6% utiliza redes sociales desde su celular.

Desde temprana edad, las redes sociales se integran en la vida cotidiana de los adolescentes, quienes las utilizan para satisfacer necesidades educativas y de entretenimiento, dedicando gran parte de su tiempo libre a estas plataformas. Por ello, es fundamental promover un uso adecuado y responsable, que permita que su influencia sea positiva y contribuya de manera constructiva en su proceso de formación personal y académica.

1.2.4. Impacto del uso de las redes sociales

Las redes sociales ofrecen beneficios importantes, entre los efectos positivos se destacan la mejora en la comunicación y la conectividad, lo que facilita una mayor interacción social. Además, estas plataformas permiten el acceso a información y recursos educativos que amplían el conocimiento. También favorecen la promoción de la cultura, el fomento de la

participación ciudadana, el desarrollo del pensamiento crítico y el intercambio entre diversas culturas. No obstante, estos beneficios deben ser evaluados con cautela, ya que el uso excesivo de las redes sociales también conlleva efectos negativos, especialmente en el ámbito de las relaciones humanas. Su influencia puede generar dependencia y distracción, afectando la calidad de las relaciones interpersonales. La disminución del contacto cara a cara puede provocar distanciamiento social y dificultades en la comunicación directa. Según Pérez y Martínez (2021):

el uso de las redes sociales ha modificado las formas tradicionales de interacción social, ampliando las posibilidades de participación y acceso a información, pero también generando desafíos en la gestión de la identidad y la privacidad en jóvenes usuarios. (p. 87)

Asimismo, el impacto de las redes sociales se extiende al ámbito de la identidad. La idealización de estilos de vida promovidos por los llamados *influencers* puede generar inseguridad y baja autoestima, debido a los estereotipos que se difunden en estas plataformas. Esto impacta especialmente en los jóvenes, quienes se encuentran en pleno proceso de construcción de su identidad personal. Ante lo expuesto, resulta fundamental encontrar un equilibrio entre el uso responsable y el abuso de las redes sociales. Es necesario aprovechar sus beneficios para el aprendizaje y el desarrollo personal, regulando tanto el tiempo de exposición como el tipo de contenido consumido. Este control es especialmente crucial durante las etapas tempranas de la vida, donde la formación individual influye directamente en la construcción de la personalidad y en los comportamientos que se manifestarán en la vida social.

1.3. Facebook

1.3.1. Descripción de Facebook

Según Arellano et al., (2024) Mark Zuckerberg, entonces estudiante de la Universidad de Harvard, creó Facebook en 2004 con la colaboración de algunos de sus compañeros. En sus inicios, la red social se llamaba "Thefacebook" y fue concebida como una herramienta básica de comunicación entre estudiantes. Sin embargo, rápidamente ganó popularidad y muchos usuarios comenzaron a utilizarla más para acumular amistades que para interactuar o compartir información.

Actualmente, Facebook es una red social que permite a los usuarios conectarse e interactuar con amigos, familiares, conocidos y personas de todo el mundo. Además de permitir a los usuarios compartir su información, publicaciones, fotos, vídeos, enlaces; permite comentarios, mensajes y reacciones. Facebook es una plataforma multimedia con más de 2.960 millones de usuarios activos, lo que la convierte en la red social más utilizada en el mundo.

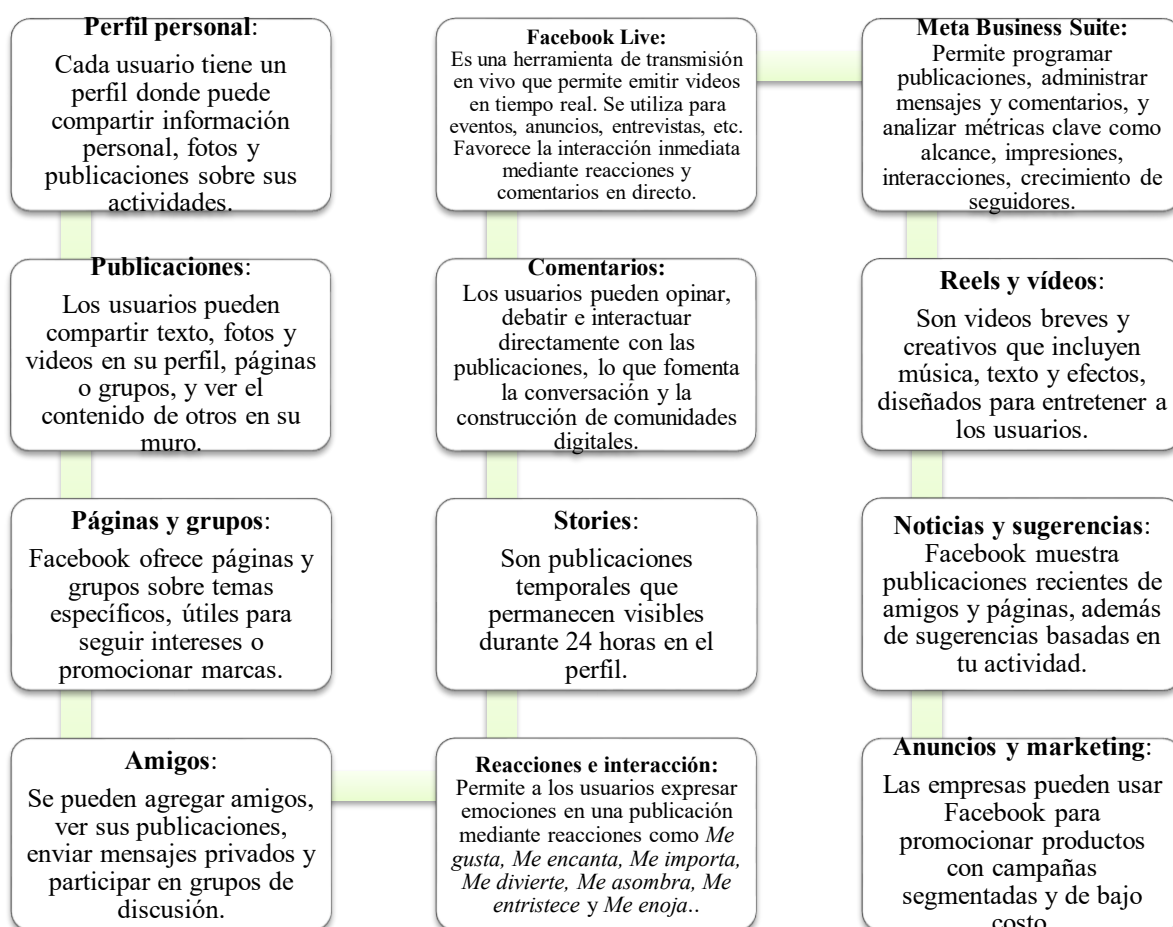
1.3.2. Funcionalidades y herramientas de Facebook

Según Arellano et al. (2024), la red social Facebook ofrece una gran cantidad de servicios donde los usuarios pueden agregar a cualquier persona, siempre y cuando acepten la invitación. Entre los servicios que ofrece esta red se encuentran los espacios de texto en cada perfil, más conocidos como "Muros" o "Wall" en inglés, fotos, regalos, juegos, aplicaciones con las que se puede descubrir cosas de tu personalidad, averiguar quién es tu mejor amigo, etc.

De acuerdo a Data Reportal (2025) Facebook permite a los usuarios crear un perfil personal donde comparten información, fotos y publicaciones. Se pueden agregar amigos, enviar mensajes y participar en grupos. La plataforma incluye páginas y comunidades temáticas, útiles para usuarios y empresas. Los usuarios pueden publicar contenido en su muro, en historias (que duran 24 horas) y en Reels, que son vídeos breves con elementos creativos. También ofrece una sección de noticias y sugerencias personalizadas, además de herramientas de anuncios y marketing dirigidas, útiles para promocionar productos o servicios. Dentro de las principales funcionalidades se puede mencionar las siguientes:

Figura 2

Funcionalidades de Facebook



Fuente: Elaboración propia

1.3.3. Datos relevantes sobre el uso de Facebook en Ecuador

Al igual que en muchas otras partes del mundo, Ecuador no es la excepción: las redes sociales, especialmente Facebook, han logrado una profunda penetración en la sociedad. Desde adolescentes hasta adultos, una gran parte de la población cuenta con un perfil activo en esta plataforma, a través del cual fortalecen y mantienen sus relaciones interpersonales.

En la actualidad, el uso de redes sociales en Ecuador es masivo y tiene un impacto significativo en la comunicación digital y en la construcción de identidad, especialmente entre los jóvenes. Facebook se mantiene como una de las plataformas más utilizadas a nivel nacional. Según el Informe *Digital 2025: Ecuador*, en enero de 2025 se registraron 12.6 millones de usuarios activos en la red social, lo que equivale al 69.2% de la población total estimada del país. La plataforma alcanza una notable penetración entre los mayores de 13 años (86.9%) y los adultos mayores de 18 años (97.7%), lo que evidencia su fuerte presencia en los sectores más activos de la sociedad digital.

Además, el 82.7% de los usuarios de internet en el país acceden a Facebook, lo que la convierte en un canal estratégico para la difusión de contenidos culturales. El informe también señala un crecimiento constante, con un aumento de 100 mil usuarios (+0.8%) entre enero de 2024 y enero de 2025, y de 200 mil usuarios (+1.6%) en el último trimestre evaluado. La distribución por género es equitativa: 49.6% mujeres y 50.4% hombres, lo que refuerza la idea de una plataforma con alto potencial de alcance e inclusión social (DataReportal, 2025).

1.3.4. Facebook como herramienta de difusión cultural

Al igual que otras redes sociales digitales, Facebook se configura como un espacio de interacción social que posibilita la difusión ágil y constante de información entre los usuarios. Gracias a su alcance masivo y a su accesibilidad, la plataforma se consolida como una herramienta con alto potencial para la promoción cultural tanto en el ámbito global como en el local. En este sentido, Facebook trasciende su función informativa para constituirse en un espacio de mediación simbólica, donde los significados culturales no solo se transmiten, sino que se construyen, circulan y resignifican a través de dinámicas propias de la comunicación digital.

Su capacidad para alcanzar de manera rápida a públicos diversos favorece la difusión efectiva de contenidos culturales, permitiendo la visibilización de prácticas, discursos y expresiones culturales que fortalecen la identidad colectiva. En este entorno, los actores del ámbito cultural utilizan la plataforma para divulgar eventos, actividades y narrativas simbólicas, estableciendo vínculos directos y dinámicos con el público. De este modo, Facebook se consolida como una plataforma de construcción de significados culturales, en la que los usuarios participan activamente en la interpretación y resignificación de los contenidos difundidos.

Una de las principales ventajas de utilizar Facebook para la difusión cultural es la posibilidad de generar interacción entre los usuarios, tanto entre quienes producen como entre quienes consumen los contenidos. A través de herramientas como comentarios, reacciones, mensajes y transmisiones en vivo, se promueve el diálogo, la participación activa y la construcción colectiva de sentidos. Este tipo de interacción no solo amplía el alcance de los contenidos culturales, sino que también facilita procesos de apropiación cultural por parte del público. Al respecto, González-Fernández et al. (2024) señalan que las redes sociales permiten a los usuarios interactuar y compartir contenidos mediante múltiples formas de expresión, cumpliendo funciones educativas, emocionales e informativas que influyen en la vida cotidiana.

En coherencia con lo anterior, Masip et al. (2015) sostienen que, durante la primera década y media del siglo XXI, además de transformarse las preferencias y hábitos de consumo, las audiencias han adquirido un rol activo en los procesos comunicacionales. Los ciudadanos ya no se limitan a consumir información de manera pasiva, sino que buscan asumir un mayor protagonismo, llegando incluso a intervenir, de forma potencial, en distintas fases del proceso productivo de los contenidos. Este cambio refuerza el papel de Facebook como un espacio donde la cultura se produce y resignifica de manera participativa.

Desde la perspectiva juvenil, López et al. (2013) indican que Facebook, al ser una de las redes sociales más utilizadas por este sector poblacional, se ha consolidado como un espacio de relación y promoción de la vida social. Para muchos jóvenes, la participación en una red social constituye un elemento central de pertenencia a la cultura juvenil, lo que evidencia la relevancia de la plataforma como escenario simbólico para la construcción de identidades y significados culturales contemporáneos.

Finalmente, González et al. (2022) introducen el concepto de prosumidor cultural, entendido como aquel sujeto capaz de producir y consumir contenidos de manera casi equitativa. En el entorno digital, los usuarios de Facebook actúan como agentes con capacidad de creación, uso y reúso de contenidos culturales e informativos, tanto provenientes de industrias culturales formalizadas como de otros usuarios o colectivos informales. Esta lógica prosumidora fortalece la función de Facebook como una plataforma de construcción de significados culturales compartidos, en la que la cultura se negocia, transforma y legitima a través de la interacción digital.

1.4. Identidad y cultura

1.4.1. ¿Qué es la identidad?

Según Toledo (2012), la identidad es uno de los conceptos clave para comprender tanto el desarrollo adulto como las trayectorias de vida de las personas. En su proceso de construcción identitaria, los individuos incorporan valores, roles, creencias, prácticas y contenidos que se convierten en elementos fundamentales para su autodefinición. Este proceso no solo configura quiénes somos como adultos, sino que también influye

directamente en nuestras redes interpersonales, en los contenidos que consumimos y compartimos, y en nuestra capacidad de autoexploración. En el pasado, la identidad se construía principalmente en espacios públicos, como el barrio, donde surgían las primeras interacciones sociales. Sin embargo, en la actualidad, las redes sociales también juegan un papel central en este proceso, ya que, por sus características de funcionamiento, facilitan nuevas formas de relación, expresión y exploración de la identidad.

En el contexto contemporáneo, la identidad se construye en un entramado complejo de influencias sociales, culturales y tecnológicas. Ya no depende exclusivamente del contacto físico o de la interacción directa dentro de una comunidad geográfica específica, sino que también se moldea a través de los entornos digitales. Las plataformas de redes sociales, en particular, han adquirido un papel central en este proceso. En estos espacios virtuales, emergen figuras conocidas como *influencers*, quienes proyectan estilos de vida, opiniones, valores y tendencias que muchos usuarios adoptan o con los que se identifican. Estos modelos de comportamiento no solo influyen en aspectos superficiales como la moda o el entretenimiento, sino que también inciden en la construcción de la identidad individual y colectiva, ya que promueven visiones del mundo, ideologías y formas de relacionarse.

Además, las redes sociales permiten la circulación global de discursos, lo que facilita el contacto con diversas culturas, corrientes de pensamiento y formas de vida. Esto genera identidades híbridas, en constante cambio, que combinan elementos locales con influencias globales. De este modo, la identidad se convierte en un proceso dinámico, fluido y mediado por tecnologías digitales, donde cada individuo tiene la posibilidad de participar activamente en su definición, representación y transformación. Navarro Valero et al. (2021) analizan cómo las redes sociales se han consolidado como espacios interactivos donde los usuarios no solo consumen contenido, sino que también producen y distribuyen información, lo que refuerza su función comunicativa, informativa y de construcción de identidad.

1.4.2. ¿Qué es la cultura?

Según la UNESCO (2002), la cultura es el conjunto de los rasgos distintivos espirituales, materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social. Esta definición abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias, reflejando la diversidad y riqueza de las expresiones humanas. El término cultura no solo significa vestirse bien, ser cultos, saber historia, sino que también nos referimos a la herencia social, a las costumbres, tradiciones adquiridas a lo largo de la vida de un pueblo, las cuales se deben a la comunicación entre los miembros de una población.

Según Patricio Guerrero Arias (2002) la cultura no puede seguir siendo leída como un atributo casi natural y genético de las sociedades. La cultura tiene que ser mirada como una “construcción” específicamente humana, resultante de la acción social. La cultura es esa construcción que hizo posible que el ser humano llegue a construirse como tal y a diferenciarse del resto de los seres de la naturaleza. Teniendo en cuenta que la cultura es el

modo total de la vida de un pueblo, el legado social que un individuo adquiere de su grupo, una manera de sentir, pensar, en donde intervienen festividades, tradiciones, religión, lo que les hace a las personas tener ese sentido de pertenencia que les conecta con sus raíces históricas culturales. Somos formados culturalmente gracias a la comunicación.

En un mundo cada vez más interconectado, hablar de cultura es hablar de diversidad. Las redes sociales han transformado profundamente las formas de producir, compartir y vivir la cultura. En este contexto, Facebook se ha consolidado como un espacio cultural digital, donde se promueven gustos, creencias, tradiciones y diversas prácticas sociales. Esta plataforma actúa como un puente que conecta a los usuarios con su cultura local y, al mismo tiempo, permite su difusión a escala global, favoreciendo tanto la promoción como el intercambio cultural.

Sin embargo, este proceso plantea un desafío importante: asegurar que la cultura propia no se diluya frente a la influencia de expresiones ajenas o dominantes. Por ello, es fundamental fortalecer la cultura a través de múltiples canales, especialmente en los espacios digitales, para que su reproducción en redes sociales se mantenga fiel a sus raíces, evolucione de manera auténtica y conserve su valor a lo largo del tiempo. Solo así se puede garantizar que la identidad cultural no se desvanezca, sino que se afirme frente a la globalización.

1.4.3. Relación entre identidad y cultura

La cultura es la base sobre la cual se construye la identidad. Cuando las raíces culturales están sólidamente cimentadas, las prácticas, valores y tradiciones tienden a mantenerse a lo largo del tiempo, fortaleciendo el sentido de pertenencia de los individuos a su comunidad. Tanto la identidad como la cultura se forman en estrecha relación con el entorno social, histórico y geográfico donde las personas se desarrollan.

En la actualidad, sin embargo, vivimos en un contexto de transformación acelerada, marcado por la influencia del mundo digital. Las redes sociales, los medios digitales y las plataformas globales han multiplicado las fuentes de información y de influencia cultural, dando lugar a un fenómeno creciente: la formación de culturas híbridas. Estas surgen de la interacción entre lo local y lo global, combinando elementos tradicionales con nuevas prácticas, lenguajes y estilos de vida difundidos digitalmente. Según Alvarado et al. (2020):

las redes sociales permiten a los jóvenes satisfacer necesidades de socialización, entretenimiento e información, convirtiéndose en espacios clave para la expresión emocional, el debate público y la afirmación de identidades. (p. 78)

Este proceso ha generado nuevas formas de identidad, más flexibles y dinámicas, que ya no dependen exclusivamente de una cultura geográfica o heredada, sino que incorporan elementos seleccionados de múltiples orígenes. En este sentido, todo lo que se consume a

nivel digital desde contenidos audiovisuales hasta discursos ideológicos tiene un impacto directo en la cultura, y por ende, en la identidad de las personas.

Así, el entorno digital se convierte en un espacio clave donde se negocian, reafirman o transforman las identidades culturales. Esta realidad exige una actitud crítica frente a los contenidos que circulan, así como una conciencia activa sobre la importancia de preservar y valorar las raíces culturales propias, sin dejar de abrirse al diálogo con otras formas de expresión.

1.4.4. Impacto de la cultura en la construcción de la identidad

La identidad cultural se construye a partir de la interacción social y se ve influenciada por diversos factores, entre ellos la familia, la educación y el entorno virtual. Según Gala Llauca (2022), estos espacios resultan determinantes en la configuración de la identidad cultural, especialmente en los entornos digitales, donde se resalta la importancia de preservar las costumbres y los valores culturales. En este contexto, los estudiantes enfrentan el desafío de mantener su identidad cultural mientras se adaptan a nuevas formas de aprendizaje mediadas por tecnologías digitales.

Según La Torre (2022)

los programas educativos que integran elementos del patrimonio cultural y las tradiciones locales en el currículo escolar contribuyen al fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes. Al conectar el aprendizaje con la herencia cultural, se promueve una mayor valoración y preservación de las raíces culturales en las nuevas generaciones. (p.23)

Desde una perspectiva comunicacional, la cultura influye de forma significativa en la construcción de la identidad digital, al actuar como una fuerza dinámica que moldea tanto las autopercepciones individuales como colectivas. Este proceso es de carácter multifacético, ya que involucra la interacción de factores históricos, sociales y tecnológicos. En consecuencia, la identidad cultural evoluciona en función de los cambios sociales y de los avances tecnológicos, reflejando una interacción compleja entre las experiencias personales y las narrativas culturales compartidas.

En este sentido, la construcción de la identidad digital cobra mayor relevancia a partir del uso de las redes sociales y de las interacciones que se generan en estos espacios, ya sea desde una participación pasiva o activa. Cada práctica comunicativa desarrollada en redes sociales contribuye a la configuración de la identidad digital, al incorporar información global que articula diversas culturas y formas de pensamiento. Por ello, fomentar una cultura digital que integre y visibilice lo local se convierte en un reto fundamental, así como en una oportunidad para fortalecer y empoderar a los jóvenes en el reconocimiento, la valoración y la apropiación de sus costumbres y tradiciones culturales.

1.5. Contexto cultural

1.5.1. Contexto cultural nacional

La riqueza étnica y cultural se entiende como el legado ancestral que revela el origen y la identidad de los pueblos, es decir, responde a interrogantes como nuestro pasado y quiénes somos. Esta diversidad se expresa mediante un conjunto de manifestaciones propias que diferencian a cada comunidad y que constituyen la base de la identidad nacional. En el caso de Ecuador, esta pluralidad cultural se manifiesta en la existencia de diversos grupos étnicos, el uso de lenguas originarias, las expresiones culturales de los pueblos prehispánicos, así como en las artesanías, los juegos tradicionales y las prácticas deportivas autóctonas.

Según el Consejo de Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE, 2009), en Ecuador existen múltiples nacionalidades y pueblos que conforman una nación diversa, en el territorio ecuatoriano habitan 14 nacionalidades indígenas, 18 pueblos indígenas y un pueblo afro ecuatoriano, cabe señalar que en la provincia de Galápagos no existen registros históricos sobre la presencia de pueblos o nacionalidades indígenas. Esta composición convierte al país en un espacio pluriétnico y multicultural, donde sus habitantes se sienten orgullosos de sus raíces y sus tradiciones.

Hablar de Ecuador es hablar de diversidad cultural. Somos un país caracterizado por la riqueza de sus expresiones culturales, reflejo de una multiplicidad de modos de vida y cosmovisiones. En regiones como la Sierra ecuatoriana, las prácticas vinculadas a las culturas indígenas y a saberes ancestrales han sido fundamentales en la configuración de la identidad cultural del país. Estas manifestaciones han perdurado a lo largo del tiempo, aportando elementos esenciales a la cultura nacional.

Sin embargo, con el paso del tiempo, muchas de estas prácticas han comenzado a desaparecer, especialmente entre las nuevas generaciones. La juventud, en su búsqueda de desarrollo personal, económico y profesional, tiende a adoptar nuevas formas de vida más alineadas con modelos globalizados. En algunos casos, lo local no ofrece suficientes oportunidades, lo que conduce a una sustitución progresiva de las tradiciones por prácticas culturales más modernas o influenciadas por el entorno digital.

En este contexto, las plataformas digitales, y en particular Facebook, han emergido como herramientas clave para la difusión, promoción y preservación de la cultura local. Facebook permite a comunidades, grupos culturales, gestores y artistas locales compartir sus tradiciones, festividades, lenguas, gastronomía y expresiones artísticas con un público amplio, tanto a nivel nacional como internacional. A través de páginas, grupos y transmisiones en vivo, se ha logrado visibilizar manifestaciones culturales que antes estaban limitadas a su espacio geográfico.

Además, Facebook facilita el reencuentro de las nuevas generaciones con sus raíces, ya que ofrece una forma accesible y contemporánea de interactuar con contenidos culturales. Algunos jóvenes, lejos de desvincularse totalmente de su identidad, han optado por

fortalecerla a través de esta red social, utilizando herramientas digitales para dar a conocer su cultura como parte de su identidad personal y colectiva.

Esta dinámica ha permitido no solo conservar ciertas prácticas culturales, sino también revitalizarlas y adaptarlas a los lenguajes del siglo XXI. Así, Facebook no solo es un canal de comunicación, sino un espacio en el que la cultura local puede sobrevivir, adaptarse y proyectarse al futuro, conectando a las nuevas generaciones con su historia y fortaleciendo el sentido de pertenencia.

En definitiva, el panorama cultural en Ecuador se mueve entre el riesgo de pérdida de tradiciones por la influencia global y la posibilidad de su transformación y fortalecimiento mediante el uso consciente y estratégico de herramientas digitales como Facebook. El desafío está en encontrar un equilibrio que permita a las culturas originarias no solo preservarse, sino evolucionar sin perder su esencia.

1.5.2. Contexto cultural local

En el norte del Ecuador se ubica la provincia de Imbabura, lugar donde se encuentra el cantón de Urcuquí, de la cual forma parte la parroquia San Blas, la cual tiene una población de 3534 habitantes, conforme datos de la página web oficial del GAD Parroquial. Dentro de la parroquia se ubica un solo centro educativo, la unidad Educativa Eloy Alfaro, objeto del presente estudio de investigación. En este lugar, la cultura se manifiesta de diversas formas, la parroquia como tal tiene varias tradiciones y costumbres culturales, tales como las fiestas patronales de San Blas, fiestas parroquiales, baile de San Juanes y el Inti Raymi, Paseo del Chagra, Toros Populares, entre las actividades más importantes. A través de varios acercamientos realizados a la población juvenil de la parroquia, se ha podido evidenciar el alto nivel de involucramiento de los jóvenes con el entorno digital. En su mayoría, los estudiantes cuentan con un teléfono celular, lo que les permite acceder con mayor facilidad a sus intereses y preferencias en línea.

La Unidad Educativa “Eloy Alfaro” tiene una trayectoria que data desde finales del siglo XIX, en 1897 se fundó inicialmente como Escuela Elemental de Niños de San Isidro N° 38, en respuesta a la necesidad educativa tras el terremoto de 1868 y la separación de San Blas de Urcuquí. A lo largo de los años, la institución ha evolucionado, fusionando escuelas y ampliando su oferta educativa hasta convertirse en un centro que abarca desde la educación inicial hasta el bachillerato, destacándose por su calidad académica y reconocimiento local. Actualmente, la unidad educativa atiende a 363 estudiantes provenientes de San Blas y comunidades aledañas, reflejando una población joven diversa y dinámica.

Los estudiantes de esta institución forman parte de una generación que crece inmersa en un entorno digital, en donde las redes sociales, especialmente Facebook, constituyen espacios fundamentales para la interacción social y la difusión cultural. Facebook, con su amplia penetración en Ecuador, ofrece a los jóvenes herramientas para expresarse, compartir sus tradiciones y fortalecer su identidad cultural en un contexto globalizado. La presente investigación buscará analizar cómo este entorno digital influye en la cultura local y en la construcción identitaria de los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa “Eloy

Alfaro”, evidenciando la importancia de comprender la interrelación entre tecnologías, educación y cultura juvenil en la parroquia San Blas.

2. CAPÍTULO II: MATERIALES Y MÉTODOS

El presente estudio adoptó un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos con el propósito de obtener una comprensión integral del fenómeno investigado. Para ello, se aplicó encuestas y entrevistas dirigidas a los principales actores involucrados y pertinentes en el contexto de la investigación. Esta estrategia metodológica permitió recopilar datos tanto estadísticos como narrativos, lo que facilitó una triangulación de la información y, por ende, una interpretación más profunda, precisa y contextualizada del tema en estudio. La combinación de ambas técnicas no solo enriqueció el análisis, sino que también fortaleció la validez de los hallazgos, al permitir contrastar percepciones, experiencias y patrones de comportamiento desde distintas perspectivas, dando lugar a la metodología planteada a continuación.

2.1. Tipo de Investigación

Considerando que la presente investigación trabajó con datos cuantitativos y cualitativos, el método de investigación es mixto. De acuerdo a Zuñiga (2023) indica que:

El enfoque mixto representa una poderosa herramienta para la investigación al ofrecer una perspectiva más compleja y enriquecedora de los fenómenos estudiados. Al combinar lo cuantitativo y cualitativo, se proporciona una visión más holística que trasciende las limitaciones individuales de cada enfoque. (p. 9729)

2.2. Métodos, Técnicas e Instrumentos

Específicamente, se trabajó con los datos recopilados de la población seleccionada mediante diversas técnicas de recolección de información, elegidas por su pertinencia con los objetivos del estudio.

Desde un enfoque cuantitativo, se aplicaron encuestas estructuradas, lo cual permitió recopilar datos medibles sobre los hábitos de uso de Facebook y la percepción de los estudiantes respecto a su funcionalidad como herramienta de difusión cultural. Estos datos fueron posteriormente procesados mediante análisis estadístico, lo que permitió identificar tendencias, frecuencias y relaciones relevantes dentro de la población estudiada.

Desde un enfoque cualitativo, se llevaron a cabo entrevistas en profundidad dirigidas a actores clave del ámbito educativo y cultural, como el rector de la institución, un funcionario del Municipio de Urcuquí y un gestor cultural de la parroquia San Blas. Esta técnica permitió explorar con mayor profundidad las percepciones, experiencias y valoraciones subjetivas sobre el papel de Facebook en la promoción de la cultura local entre los jóvenes.

Adicionalmente, se recurrió a la revisión documental, que complementó el análisis empírico mediante la consulta de fuentes secundarias relevantes, como normativas institucionales, publicaciones digitales y contenidos culturales compartidos en Facebook por los estudiantes o páginas relacionadas con su entorno.

La combinación de estas técnicas permitió una triangulación metodológica, fortaleciendo la validez de los resultados y ofreciendo una comprensión integral del fenómeno investigado desde distintas perspectivas.

2.3. Preguntas de la Investigación

¿Cuáles son los principales hábitos de uso de Facebook entre los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Eloy Alfaro, considerando el tiempo de conexión, los tipos de contenido consumido y las interacciones realizadas?

¿Qué tipo de contenido cultural se difunde en los grupos y páginas de Facebook seguidos por los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Eloy Alfaro, y cómo incide en su conocimiento y apreciación cultural?

¿Cuál es la percepción de los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Eloy Alfaro sobre el uso de Facebook como herramienta de difusión cultural, y qué impacto reconocen en su educación y desarrollo social?

2.4. Matriz de Operacionalización de Variables

Considerando los objetivos planteados en la investigación, se han plantado la matriz de operacionalización de variables.

Tabla 2

Matriz de Operacionalización de Variables: Encuesta

Objetivo	Instrumento	Variable	Dimensión (Categoría)	Indicador
OG: Analizar el uso de la red social Facebook como herramienta de difusión cultural en los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Eloy Alfaro	Encuesta	Uso de Facebook	1. Frecuencia de uso	Tiempo de conexión a Facebook y tipo de interacciones realizadas
			2. Contenido consumido	Tipos de publicaciones más vistas e interacciones con contenido cultural
OE1: Identificar los principales hábitos de uso de Facebook entre los estudiantes	Encuesta	Uso de Facebook en la educación	1. Propósito de uso	Uso académico, recreativo o cultural de la red social
OE2: Examinar la presencia y difusión de contenido cultural en Facebook	Encuesta	Difusión cultural en Facebook	1. Tipos de contenidos culturales	Cantidad y tipo de publicaciones culturales generadas por los estudiantes
			2. Impacto	Número de

			del contenido cultural	interacciones en publicaciones culturales
OE3: Determinar la percepción de los estudiantes sobre el uso de Facebook como herramienta de difusión cultural	Encuesta	Percepción del uso de Facebook	1. Criterio sobre la utilidad	Criterio de los estudiantes respecto al uso de Facebook como medio de difusión cultural
OE4: Proponer un producto comunicacional utilizando Facebook para fortalecer la difusión cultural	Encuesta y validación	Producto comunicacional en Facebook	1. Impacto del contenido	Interacción y alcance del contenido propuesto

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 3

Matriz de Operacionalización de Variables: Entrevistas

Objetivo	Instrumento	Variable	Dimensión	Indicador
Objetivo General: Analizar el uso de Facebook como herramienta de difusión cultural entre estudiantes de bachillerato.	Entrevista	Funcionalidad de Facebook en la difusión cultural	Percepción institucional y comunitaria sobre el rol de Facebook	Criterios, observaciones y experiencias sobre el uso de Facebook como medio cultural
Objetivo Específico 1: Identificar los hábitos de uso de Facebook entre los estudiantes.	Entrevista	Uso de Facebook por estudiantes	Comportamientos digitales analizados	Criterios sobre el tiempo, contenido e interacción cultural
Objetivo Específico 2: Examinar la presencia de contenido cultural en páginas y grupos de Facebook.	Entrevista	Difusión cultural en Facebook	Tipos de contenidos difundidos	Frecuencia, características y recepción del contenido cultural
Objetivo Específico 3: Determinar la percepción sobre el uso de Facebook como herramienta cultural.	Entrevista	Percepción sobre Facebook cultural	Criterio sobre impacto educativo y social	Evaluación cualitativa de la funcionalidad cultural de la red social
Objetivo Específico	Entrevista	Propuesta de	Estrategias de	Ideas, recursos y

4: Proponer un producto comunicacional para fortalecer la difusión cultural.	acción comunicacional	comunicación cultural local	viabilidad de una campaña cultural digital
---	-----------------------	-----------------------------	--

Fuente: Elaboración Propia

2.5. Población y Muestra

La población de estudio para la presente investigación fueron los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Eloy Alfaro, parroquia San Blas, cantón Urcuquí corresponde a un total de 62 estudiantes desde primero hasta tercero de bachillerato, de los periodos del 2024-2025 y primero de bachillerato del periodo 2025-2026, los mismos que se han considerado por su edad, cercanía con la tecnología, intereses y acceso a la información.

Dado que el universo total de la población es reducido y completamente accesible, se trabajó con una muestra censal (tipo de muestreo no probabilístico), es decir, se consideró la participación de la totalidad de los estudiantes de bachillerato, garantizando así la representatividad de los datos recolectados mediante encuestas estructuradas.

Además de la población estudiantil, se incorporó una dimensión cualitativa a la investigación mediante la aplicación de entrevistas semiestructuradas a tres actores clave involucrados en la promoción y gestión de la cultura local:

- *Msc. Fausto Cruz, Rector de la Unidad Educativa Eloy Alfaro*
Experiencia: 11 años
- *Lic. Cecilia Echeverría, Promotora Cultural del Municipio de Urcuquí*
Experiencia: 6 años
- *Sra. Mónica Guzmán, Gestora Cultural independiente*
Experiencia: 8 años

Estas entrevistas permitieron obtener una visión más amplia sobre las percepciones institucionales y comunitarias respecto al papel de las redes sociales, específicamente Facebook, en la difusión de contenidos culturales entre los jóvenes. La triangulación de la información cuantitativa y cualitativa fortaleció la validez de los resultados del estudio.

2.6. Procedimiento y Análisis de datos

La presente investigación inició con un proceso de análisis documental, en el cual se revisaron publicaciones académicas, estudios previos y marcos teóricos relacionados con el uso de redes sociales en contextos educativos y culturales. Este análisis permitió establecer

una base conceptual sólida para orientar la investigación y contextualizar el fenómeno de estudio.

Una vez consolidado el marco teórico, se procedió a la recolección de datos de campo. Se realizaron visitas programadas a la Unidad Educativa Eloy Alfaro, en la parroquia San Blas, cantón Urcuquí, con el fin de aplicar encuestas estructuradas a los 62 estudiantes de bachillerato (muestra censal). Estas encuestas estuvieron dirigidas a conocer sus hábitos de uso de Facebook, el tipo de contenido que consumen y su percepción sobre el papel de esta red social como herramienta de difusión cultural.

Paralelamente, se llevaron a cabo entrevistas en profundidad con tres actores clave: el rector de la institución educativa, un funcionario del Municipio de Urcuquí vinculado al área cultural y un gestor cultural de la parroquia. Estas entrevistas se realizaron con el objetivo de obtener información cualitativa que permita comprender el contexto local, el vínculo entre juventud y cultura, y el papel que las redes sociales desempeñan en dicho proceso. El primer levantamiento de información, tanto de las encuestas como de las entrevistas, se realizó entre el 5 y el 12 de junio de 2025. El segundo levantamiento se llevó a cabo del 27 al 30 de octubre de 2025.

Para el análisis cuantitativo de los datos obtenidos a través de las encuestas, se utilizó el software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), que permitió tabular, procesar y obtener porcentajes, frecuencias y cruces de variables relevantes. En el caso del análisis cualitativo, la información de las entrevistas fue categorizada y sistematizada para identificar patrones, opiniones significativas y perspectivas comunes.

El análisis e interpretación de estos datos permitió sustentar las conclusiones y recomendaciones del estudio, y sirvió de base para la formulación de una propuesta comunicacional orientada al uso estratégico de la red social Facebook como medio para fortalecer la difusión cultural entre los estudiantes.

Durante todo el proceso de investigación se respetaron los principios éticos fundamentales. Se solicitó el consentimiento informado a los participantes, garantizando la confidencialidad y anonimato de los datos recolectados. La participación fue completamente voluntaria y se respetaron los derechos de los estudiantes y actores entrevistados, asegurando un trato digno y el uso responsable de la información.

3. CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Una vez aplicados los métodos e instrumentos establecidos en esta investigación, se procedió a recopilar y organizar la información obtenida con el fin de realizar un análisis exhaustivo tanto de las encuestas como de las entrevistas. Este análisis tiene como propósito responder a las preguntas de investigación y generar una discusión fundamentada sobre el tema de estudio. En particular, se busca determinar si Facebook está siendo utilizada como una herramienta de difusión cultural, así como identificar su aporte, uso e impacto a nivel local. Por lo que, en este capítulo, se presentan y analizan los resultados derivados de las encuestas aplicadas a los estudiantes y de las entrevistas realizadas a actores clave, con el objetivo de sustentar las conclusiones de la investigación.

La presentación de resultados inicia con el análisis de la información obtenida a partir de la aplicación de las encuestas a los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Eloy Alfaro del cantón Urcuquí, se procedió a realizar entrevistas a los principales actores involucrados en el presente estudio. A continuación, se presentan los resultados en el orden descrito, seguidos de un análisis y discusión de los mismos.

3.1. Resultados de las encuestas aplicadas

Tabla 4

Edad

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
15 – 16	42	67,7%
17 -18	19	30,6%
19 – 20	1	1,6%
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Dentro del grupo considerado para la investigación, se observa una clara predominancia de adolescentes. La mayoría de los estudiantes encuestados se encuentra entre 15 y 16 años, seguido por el grupo de 17 a 18 años, lo cual es coherente con el nivel de bachillerato y confirma que la población evaluada pertenece mayoritariamente al segmento juvenil. El grupo de 19 a 20 años es minoritario, posiblemente relacionado con situaciones académicas atípicas, como repitencia o interrupciones en la trayectoria escolar.

Este rango etario resulta especialmente relevante para la investigación, ya que los adolescentes se encuentran en una etapa crucial de formación de identidad, caracterizada por una alta receptividad a los contenidos digitales.

Tabla 5*Sexo*

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Masculino	29	46.8%
Femenino	33	53.2%
TOTAL:	62	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: En relación con el sexo de los encuestados, se registra una participación equilibrada entre estudiantes de sexo femenino y masculino, con una ligera predominancia de mujeres. Esta distribución evidencia la presencia de ambos grupos dentro de la muestra, lo que permite abordar la temática de estudio desde distintas perspectivas y ampliar el alcance del análisis en función de las diferencias observadas entre los sexos.

Tabla 6*Cursos*

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Primero de Bachillerato	38	61,3%
Segundo de Bachillerato	12	19,4%
Tercero de Bachillerato	12	19,4%
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: La mayor proporción de estudiantes encuestados corresponde a primero de Bachillerato, situación que se explica debido a que en la investigación se consideraron dos periodos académicos (2024-2025 y 2025-2026), mientras que en segundo y tercero de Bachillerato únicamente se incluyó el periodo 2024-2025. Esta distribución da lugar a una participación más elevada de estudiantes que se encuentran en el inicio del nivel de bachillerato. Este dato resulta relevante, ya que los intereses y preferencias a nivel de redes sociales varían dependiendo de la edad.

Tabla 7*¿Tienes una cuenta activa en Facebook?*

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Si	62	100,0%
No		
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Todos los estudiantes encuestados mantienen una cuenta activa en la red social Facebook, lo que confirma que esta plataforma sigue ampliamente vigente entre los jóvenes de bachillerato, al menos en el contexto educativo de la Unidad Educativa Eloy Alfaro. Este dato valida la pertinencia del estudio, ya que confirma que Facebook sigue siendo una herramienta activa y común en la vida digital de los estudiantes, lo que abre oportunidades reales para su aprovechamiento como medio de difusión cultural dentro de la comunidad educativa.

Tabla 8

¿Qué otras redes sociales usas con frecuencia?

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Instagram	43	69,4%
TikTok	46	74,2%
WhatsApp	54	87,1%
X (Twitter)	6	9,7%
YouTube	44	71,0%
Otra	3	4,8%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Los datos obtenidos muestran que, además de Facebook, los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Eloy Alfaro utilizan con frecuencia otras plataformas digitales, WhatsApp lidera las preferencias de uso, seguida por YouTube, TikTok e Instagram. En contraste, X (Twitter) registra un uso reducido y la categoría “Otra” presenta resultados mínimos.

Este resultado refleja una tendencia clara en los hábitos comunicacionales y de consumo digital de los adolescentes: prefieren redes que privilegian lo visual, lo inmediato y lo interactivo. WhatsApp, como plataforma de mensajería rápida, destaca por su uso cotidiano, tanto a nivel personal como escolar. Por su parte, YouTube, Instagram y TikTok concentran gran parte del consumo de entretenimiento, música, tutoriales y contenido viral, consolidando un ecosistema digital orientado a la imagen, el video y la brevedad.

La baja presencia de X (antes Twitter) indica que las plataformas basadas en texto o discusión abierta no son atractivas para este grupo etario, ya que no se ajustan a sus preferencias de consumo rápido ni a su forma de comunicarse visualmente. Esta información es clave en la investigación ya que cualquier propuesta orientada a la difusión cultural debe incluir el uso de herramientas visuales que sean atractivas al público joven.

Tabla 9

¿Cuántas horas al día usas Facebook?

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Menos de 1 hora	34	54,8%
Entre 1 y 2 horas	21	33,9%
Entre 2 y 4 horas	4	6,5%
Más de 4 horas	3	4,8%
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: De la muestra tomada, todos los estudiantes usan Facebook en algún momento de su día, dentro de los cuales se observa que más de la mitad de los estudiantes utiliza la plataforma con un tiempo máximo de 2 horas mientras que un grupo minoritario reporta un uso más prolongado que se prolonga hasta más de cuatro horas.

Estos datos indican que, aunque el uso de Facebook es universal entre los encuestados, su tiempo de conexión diario es moderado, lo que sugiere que la plataforma cumple una función más práctica o puntual, posiblemente relacionada con actividades escolares, información comunitaria o comunicación básica, más que con entretenimiento intensivo.

Tabla 10

¿Con qué frecuencia interactúas con publicaciones culturales (música, arte, historia, tradiciones)

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Nunca	6	9,7%
Rara vez	15	24,2%
A veces	32	51,6%
Frecuentemente	6	9,7%
Siempre	3	4,8%
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: En el grupo analizado la tendencia predominante es interactuar con el contenido cultural en Facebook de manera ocasional, mientras que un número reducido prefiere no hacerlo, un grupo bastante reducido afirma hacerlo frecuentemente. Estos datos evidencian que, si bien el uso de Facebook es generalizado entre los estudiantes, la interacción con contenido cultural no es constante ni prioritaria. La mayoría lo hace de forma esporádica, lo cual puede responder a una falta de contenido cultural atractivo, cercano o adaptado a sus intereses.

Tabla 11

Qué tipo de contenido compartes en Facebook con mayor frecuencia? (Puedes marcar más de una)

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Memes	24	38,7%
Noticias	5	8,1%
Contenido cultural	1	1,6%
Fotografías Personales	16	25,8%
Videos	16	25,8%
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Los resultados muestran que el patrón de uso más frecuente de Facebook entre los estudiantes encuestados corresponde al consumo de memes, seguido por videos y fotografías personales. En contraste, el contenido cultural no registra preferencia dentro de la muestra, mientras que las noticias presentan una presencia mínima. Esta distribución permite identificar una clara predominancia de contenidos recreativos y sociales, con énfasis en formatos visuales y de consumo breve. Asimismo, la ausencia de preferencia por contenidos culturales se constituye en un hallazgo relevante dentro del análisis, al evidenciar una baja presencia de este tipo de contenidos en los hábitos de uso de Facebook de los estudiantes analizados.

Tabla 12

¿Sigues páginas o grupos relacionados con cultura (música, arte, historia, tradiciones, etc.) en Facebook?

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Si	44	71,0%
No	18	29,0%
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Según los resultados, podemos observar que gran parte de los estudiantes afirma seguir páginas o grupos relacionados con la cultura. Esta cifra es significativa, ya que demuestra que una amplia mayoría tiene un interés inicial o pasivo por contenidos culturales dentro de la plataforma, a pesar de que, como se vio anteriormente, el consumo activo de contenido cultural es bajo.

Esta aparente contradicción puede interpretarse como una diferencia entre seguir páginas por afinidad o curiosidad y realmente interactuar con su contenido. Muchos estudiantes pueden seguir grupos culturales sin participar activamente o sin que estos contenidos estén adaptados a su lenguaje, intereses o contexto.

Tabla 13

Formas parte de algún grupo o página de Facebook relacionado con temas culturales (tradiciones, música, historia local, etc.)?

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Si	18	29,0%
No	34	54,8%
No estoy seguro/a	10	16,1%
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Según los datos obtenidos la pertenencia a páginas o grupos de Facebook relacionados con temas culturales, indican que la mayor concentración porcentual de estudiantes no forma parte de algún grupo o página de Facebook relacionado con temas culturales, frente a otro porcentaje considerable que si forma parte de alguna página relacionada con la cultura.

Este resultado revela que, aunque una mayoría declaró seguir contenidos culturales en general, la participación activa en espacios culturales dentro de Facebook es limitada. La diferencia entre "seguir" una página y "formar parte" de un grupo también puede reflejar el nivel de compromiso o interés: seguir contenido puede ser pasivo, mientras que pertenecer a un grupo implica una intención más clara de participar.

Además, el bajo porcentaje de estudiantes que no están seguros sugiere desconocimiento sobre los grupos a los que pertenecen o la naturaleza del contenido que consumen, lo cual podría estar relacionado con la falta de criterios para identificar contenidos culturales, o con una baja presencia de propuestas culturales locales relevantes en la plataforma.

Tabla 14

¿Has visto contenido cultural ecuatoriano (danzas, gastronomía, costumbres, música, etc.) en Facebook?

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Frecuentemente	10	16,1%
A veces	41	66,1%
Casi nunca	7	11,3%
Nunca	4	6,5%
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Los resultados evidencian que la visualización de contenido cultural ecuatoriano en Facebook se presenta con diferentes niveles de frecuencia entre los estudiantes encuestados. La mayor proporción manifiesta observar este tipo de contenidos de manera ocasional, seguida de un grupo que señala hacerlo con mayor regularidad, mientras que

una minoría indica que casi nunca visualiza contenidos culturales ecuatorianos o que no los ha visto en la plataforma.

Esta distribución permite identificar que, aunque la mayoría de los estudiantes ha tenido algún grado de contacto con contenidos culturales ecuatorianos a través de Facebook, dicha visualización se concentra principalmente en un nivel ocasional. En consecuencia, la exposición a este tipo de contenidos no se configura como frecuente ni predominante dentro del grupo analizado, evidenciando una presencia limitada en los hábitos de consumo digital de los estudiantes.

Tabla 15

¿Compartes o publicas contenido relacionado con tu cultura o tradiciones locales en Facebook?

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Sí, frecuentemente	2	3,2%
A veces	8	12,9%
Muy rara vez	21	33,9%
Nunca	31	50,0%
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Los resultados evidencian que la mayoría de los estudiantes encuestados nunca ha compartido contenido relacionado con su cultura o tradiciones locales en Facebook. En una proporción menor se ubican aquellos que señalan haberlo hecho muy rara vez, mientras que los niveles de participación más frecuentes se presentan con baja representatividad dentro de la muestra. Esta distribución permite identificar una limitada participación activa de los estudiantes en la difusión de contenidos culturales a través de Facebook, en contraste con su condición de usuarios que principalmente consumen este tipo de contenidos en la plataforma.

Tabla 16

¿Crees que Facebook ayuda a difundir la cultura local entre los jóvenes?

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Sí, mucho	5	8,1%
Sí, en parte	35	56,5%
Poco	18	29,0%
No	4	6,5%
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: La distribución de las respuestas permite identificar que la mayoría de los estudiantes considera que Facebook contribuye de manera significativa a la difusión de la cultura local entre los jóvenes. A este grupo le sigue otro segmento que mantiene una valoración similar, lo que evidencia una percepción mayoritariamente favorable dentro del grupo encuestado. En conjunto, los resultados reflejan una percepción moderadamente positiva sobre el papel de Facebook como herramienta de difusión cultural, reconociéndose su potencial en este ámbito, aunque su nivel de efectividad no se presenta como plenamente consolidado dentro de la muestra analizada.

Tabla 17 ¿Te sientes identificado/a con los contenidos culturales que ves en Facebook?

¿Te sientes identificado/a con los contenidos culturales que ves en Facebook?

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Sí	7	11,3%
A veces	33	53,2%
No	22	35,5%
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Dentro de la muestra analizada, la mayor proporción de estudiantes señala que solo en algunas ocasiones se siente identificada con los contenidos culturales difundidos en Facebook, mientras que otro grupo considerable manifiesta no sentirse identificado con este tipo de publicaciones. Esta distribución de respuestas evidencia que la identificación de los estudiantes con los contenidos culturales presentes en Facebook no se configura como predominante. En este sentido, aunque existe exposición a este tipo de contenidos, el nivel de identificación y sentido de pertenencia asociado a dichas publicaciones se presenta de manera limitada dentro del grupo analizado.

Tabla 18

¿Consideras que el uso de Facebook ha influido en cómo percibes tu identidad cultural?

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Positivamente	16	25,8%
Negativamente	13	21,0%
No ha influido	33	53,2%
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Del grupo analizado, gran parte de los estudiantes considera que no ha tenido ninguna influencia en su identidad cultural a partir de Facebook. La cantidad restante de estudiantes, se divide en dos grupos, una parte que percibe una influencia positiva, mientras que la cantidad restante señala que ha sido negativa. Este resultado sugiere que, la

existencia de percepciones tanto positivas como negativas tiene el potencial de influir en la construcción cultural de los jóvenes, pero depende en gran medida del tipo de contenido al que están expuestos. Aquellos que valoran positivamente esa influencia posiblemente han tenido acceso a contenidos que refuerzan sus raíces, tradiciones o sentido de pertenencia. En contraste, quienes mencionan una influencia negativa podrían estar expuestos a contenidos que distorsionan la cultura local.

Tabla 19

¿Has visto publicaciones sobre cultura local de Urucuquí o San Blas en Facebook?

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Si	56	90,3%
No	6	9,7%
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: En relación con las publicaciones sobre la cultura local de Urucuquí o San Blas, los resultados evidencian una alta proporción de estudiantes que han observado este tipo de contenidos durante su uso de Facebook, mientras que una minoría correspondiente a tres estudiantes señala no haberlos visualizado. Esta distribución permite identificar que la exposición a publicaciones vinculadas al contexto cultural inmediato es amplia dentro de la muestra analizada, aun cuando dicha exposición no necesariamente se traduce en niveles elevados de identificación o participación activa por parte de los estudiantes.

Tabla 20

¿Qué tipo de contenido cultural prefieres en Facebook?

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Música y danza tradicional	37	59,7%
Fiestas y celebraciones locales	6	9,7%
Historia y patrimonio del cantón	5	8,1%
Arte (pintura, escultura, literatura)	14	22,6%
Otro	0	0,0%
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Los resultados evidencian que la mayoría de los estudiantes manifiesta preferencia por contenidos relacionados con la música y la danza tradicional, seguidos por el arte en sus diversas expresiones. En menor proporción, se registran preferencias por contenidos vinculados a fiestas y celebraciones locales, así como por temas de historia y

patrimonio del cantón. Esta distribución permite identificar un patrón de interés centrado principalmente en manifestaciones culturales de carácter audiovisual y expresivo, mientras que otros ámbitos culturales presentan una menor representatividad dentro del grupo analizado.

Tabla 21

¿Interactúas (comentas, compartes o reaccionas) con contenido cultural en Facebook?

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Sí, frecuentemente	5	8,1%
A veces	16	25,8%
Rara vez	25	40,3%
Nunca	16	25,8%
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Dentro del análisis realizado, los datos muestran que la distribución porcentual en relación a las interacciones con contenido cultural en Facebook se realizan de manera esporádica o mínima con el contenido cultural en Facebook, evidenciando que, aunque hay exposición a contenidos culturales en la red, la participación activa (comentar, compartir o reaccionar) es muy baja, la escasa participación activa reafirma lo observado en otras variables: los estudiantes son más consumidores pasivos que actores culturales dentro del entorno digital.

Tabla 22

¿Qué tipo de publicaciones culturales generas o compartes tú mismo en Facebook?

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Fotos o videos de fiestas y tradiciones	14	22,6%
Opiniones sobre temas culturales	2	3,2%
No suelo publicar contenido cultural	46	74,2%
Otro	0	0,0%
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: A partir de los datos analizados, se observa una concentración de estudiantes que no suele publicar contenido cultural en Facebook. En una proporción menor se ubican quienes comparten fotografías o videos relacionados con fiestas y tradiciones locales, mientras que un grupo aún más reducido señala publicar opiniones sobre temas culturales.

Esta distribución evidencia una baja producción de contenido cultural propio por parte de los estudiantes y permite identificar un patrón de uso predominantemente receptivo de la

plataforma, en el que el consumo de contenidos culturales prevalece sobre la participación activa en su difusión dentro del grupo analizado.

Tabla 23

¿Qué reacciones ves con más frecuencia en publicaciones culturales en Facebook?

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Me gusta / Me encanta	25	40,3%
Comentarios con opiniones	9	14,5%
Compartidos	12	19,4%
No se interactúa mucho	16	25,8%
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: En relación con las funcionalidades de Facebook, se consideraron aquellas con mayor frecuencia de uso para identificar las formas de interacción que los estudiantes emplean al visualizar publicaciones de contenido cultural. Los resultados evidencian que las reacciones más comunes son Me gusta y Me encanta, seguidas por la acción de compartir los contenidos. En menor proporción se registran comentarios con opiniones, mientras que otro grupo de estudiantes señala que este tipo de publicaciones presenta bajos niveles de interacción.

Esta distribución permite identificar que la interacción de los estudiantes con el contenido cultural en Facebook se concentra principalmente en reacciones básicas y acciones de difusión, mientras que la participación mediante comentarios u opiniones es limitada. En este sentido, el nivel de interacción se configura mayoritariamente como pasivo dentro del grupo analizado, con una reducida presencia de participación reflexiva o discursiva en torno a los contenidos culturales.

Tabla 24

¿Crees que los comentarios en las publicaciones culturales de Facebook influyen en tu forma de pensar o sentir sobre la cultura?

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Sí	19	30,6%
No	20	32,3%
No estoy seguro	23	37,1%
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Los resultados indican una distribución similar entre las opciones dadas de la pregunta planteada, los estudiantes consideran de manera similar que las publicaciones culturales de Facebook influyen en su forma de pensar o sentir acerca de la cultura, otra parte opina que no influye, y la parte restante indica que permanece indeciso.

Este panorama sugiere que, la percepción de influencia por parte de algunos estudiantes destaca el papel que el entorno digital y el intercambio de opiniones pueden desempeñar en la construcción o reafirmación de actitudes y valores culturales. No obstante, la alta proporción de indecisos señala la necesidad de fortalecer habilidades críticas que permitan a los jóvenes analizar, interpretar y cuestionar los mensajes culturales que encuentran en estas plataformas.

Tabla 25

¿Consideras que Facebook es una buena herramienta para difundir cultura entre los jóvenes?

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Sí	39	62,9%
No	7	11,3%
No estoy seguro	16	25,8%
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Los datos muestran que una mayoría significativa de estudiantes considera que Facebook es una buena herramienta para difundir cultura entre los jóvenes, mientras que un grupo minoritario no lo cree así. Este resultado revela una percepción mayoritariamente positiva sobre el potencial cultural de Facebook. A pesar de que la interacción activa con contenidos culturales es baja, los estudiantes reconocen que la plataforma tiene la capacidad de llegar a públicos jóvenes y transmitir contenidos culturales de manera efectiva, si se utiliza adecuadamente.

Tabla 26

¿Crees que Facebook influye en tu identidad cultural?

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Sí	16	25,8%
No	24	38,7%
No estoy seguro	22	35,5%
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Dentro del grupo analizado, el mayor porcentaje de estudiantes encuestados evidenció que Facebook no influye en su identidad cultural, en relación a este porcentaje se determina que la alta proporción de estudiantes que "no está seguro" sugiere que hace falta mayor formación sobre cultura digital, identidad y medios, para que los jóvenes

puedan reconocer cómo las redes sociales moldean sus valores, referentes culturales y formas de pertenencia.

Tabla 27

¿Te gustaría que se publiquen más contenidos culturales de tu parroquia o cantón en Facebook?

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Sí	46	74,2%
No	5	8,1%
No me interesa	11	17,7%
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Este resultado demuestra que, pese a la baja participación activa observada en otras variables, existe un fuerte interés latente por conocer y acceder a más contenido cultural local en redes sociales. La disposición positiva de los estudiantes confirma que Facebook es percibido como un canal válido para visibilizar la cultura del entorno inmediato, siempre que el contenido sea relevante, atractivo y adaptado a sus intereses. La baja proporción de desinterés refuerza la idea de que los jóvenes no rechazan la cultura, sino que necesitan verla representada de manera más dinámica, cercana y digitalmente atractiva.

Tabla 28

¿Estarías dispuesto(a) a participar activamente en la creación de contenido si se crea una página de Facebook dedicada a compartir información cultural?

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Sí	43	69,4%
No	12	19,4%
No me interesa	7	11,3%
TOTAL:	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: A partir de los datos recolectados, se observa que muchos de los estudiantes están dispuestos a participar activamente en la creación de contenido si se desarrolla una página de Facebook dedicada a la difusión cultural local. En cambio, una tercera parte manifestó que no estaría dispuesto a involucrarse.

Este resultado es altamente significativo, ya que muestra una disposición mayoritaria de los estudiantes a involucrarse activamente, no solo como consumidores de contenido, sino como agentes culturales capaces de producir y difundir información relacionada con su identidad, costumbres y entorno.

Tabla 29*¿Cómo aportarías a la difusión cultural del cantón Urcuquí a través de Facebook?*

Indicador	Frecuencia	% de Frecuencia
Compartiendo fotos o videos de fiestas y tradiciones	30	42,9%
Publicando arte, música o expresiones juveniles culturales	9	19,0%
Difundiendo eventos culturales y noticias locales	7	14,3%
Ayudando a administrar la página o crear contenido	5	11,9%
No sabría cómo hacerlo / no respondió	11	11,9%
TOTAL	62	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Análisis: Los datos reflejan que los estudiantes tienen distintas ideas sobre cómo contribuir a la difusión cultural local a través de Facebook. La opción más comentada fue compartir fotos o videos de fiestas y tradiciones, lo cual confirma la fuerte conexión emocional que tienen con las celebraciones y expresiones populares de su comunidad.

Asimismo, algunos estudiantes indicaron que lo haría, publicando arte, música u otras expresiones culturales juveniles, lo que resalta el interés de algunos estudiantes en representar su identidad cultural desde una perspectiva más creativa y contemporánea, mientras otros indican que se inclina por la difusión de eventos culturales o noticias locales, evidenciando también conciencia informativa.

Otro grupo más técnico, expresó disposición para ayudar a administrar la página o generar contenido. Sin embargo, también se identifica que un grupo restante no sabría cómo aportar o no respondió, lo que muestra que no todos los estudiantes tienen claridad sobre su posible rol en procesos de comunicación cultural digital.

3.2. Resultados de las Entrevistas Aplicadas

3.2.1. Resultados entrevista realizada Rector de la Unidad Educativa Eloy Alfaro

Tabla 30*Resultado entrevista Rector de la Institución*

Pregunta	Respuesta	Análisis
¿Qué importancia tienen las actividades culturales dentro del proyecto educativo institucional de la Unidad Educativa “Eloy Alfaro”	Las actividades culturales dentro del proyecto educativo institucional contribuyen a enriquecer las experiencias educativas de nuestros estudiantes, fomentando la creatividad y las expresiones	La institución reconoce que las actividades culturales forman parte del Proyecto Educativo Institucional, destacando su aporte a la creatividad y la expresión artística, especialmente a través de la

	artísticas como la danza y la música.	danza y la música. Este enfoque coincide con lo planteado en el currículo nacional, que promueve el arte como eje formativo transversal. Sin embargo, la visión cultural sigue siendo más expresiva que reflexiva o identitaria, lo que limita su impacto más profundo en la construcción de sentido de pertenencia.
¿La institución desarrolla actividades específicas relacionadas con la identidad cultural local? ¿podría mencionar algunos ejemplos?	En ciertas fechas festivas de la localidad y el cantón, la Unidad educativa participa con la presentación de danzas, carros alegóricos y ferias de comida local en pregones y actividades preparadas por los gobiernos locales.	Se evidencia que la institución participa en actividades locales y cantonales, como ferias de comida típica, pregones y danzas, sobre todo en fechas festivas. No obstante, no se menciona un trabajo sistemático ni pedagógico que vincule estas actividades con procesos de reflexión cultural o patrimonial. La participación parece estar centrada en lo festivo y ocasional, más que en un enfoque cultural sostenido o curricular.
¿Existen convenios o alianzas con instituciones culturales, municipios u organizaciones comunitarias que contribuyan al desarrollo de actividades culturales dentro o fuera del plantel?	No existen convenios específicamente con instituciones culturales, pero si tenemos convenios y alianzas con instituciones públicas y privadas como son: FOCI, CSSB, Universidad Yachay Tech, GAD Parroquial entre otras; con las cuales participamos en actividades sociales, culturales y deportivas programadas.	Aunque no existen convenios con instituciones culturales propiamente dichas, se mencionan alianzas con universidades, GADs y otras entidades públicas y privadas que promueven eventos sociales, culturales y deportivos. Esto sugiere que hay potencial para desarrollar proyectos culturales más estructurados, si se aprovechan estas alianzas desde una perspectiva educativa y comunicacional.
¿Considera que los estudiantes muestran interés y participación en estas actividades culturales?	Si muestran interés en las actividades culturales a realizarse durante el periodo lectivo Únicamente que se les dificulta un poco en la adquisición de	El rector de la institución reconoce que los estudiantes sí muestran interés por participar en las actividades culturales, aunque enfrentan limitaciones económicas como la

	trajes para diferentes participaciones en eventos .	adquisición de vestimenta que afectan su participación plena. Esto pone en evidencia una barrera estructural que afecta la equidad cultural, y refuerza la necesidad de proponer alternativas digitales que no impliquen altos costos, como la participación a través de redes sociales.
¿Qué rol tienen las redes sociales, especialmente Facebook, en la difusión de las actividades culturales?	En la parroquia de San Blas la forma de dar a conocer las programaciones es el perifoneo en carro o a través del parlante de la iglesia de la actividad cultural a desarrollarse, los anuncios por redes sociales son publicados en las paginas de las instituciones que organizan	Respecto al uso de Facebook, se evidencia una falta de integración institucional de esta red como herramienta de difusión cultural educativa. En la parroquia San Blas, las actividades se difunden principalmente mediante perifoneo y parlantes comunitarios, y en menor medida por redes sociales. Las páginas institucionales solo replican anuncios, sin propuestas pedagógicas o comunicacionales sistematizadas.
¿Cómo valora el impacto educativo y social del uso de Facebook en relación con la formación cultural e identitaria de los estudiantes?	Con lo que he podido observar, los estudiantes de la unidad educativa utilizan el Facebook únicamente como pasatiempo	Se señala que los estudiantes utilizan Facebook principalmente como pasatiempo, lo cual coincide con los datos cuantitativos del estudio. Esto indica que Facebook no ha sido aprovechado pedagógicamente como herramienta de fortalecimiento cultural, y que su uso se mantiene en un plano recreativo y no formativo.
¿La institución ha propuesto o estaría dispuesta a proponer algún proyecto comunicacional en Facebook que fortalezca la identidad y cultura local desde la perspectiva estudiantil?	Al ser la falta de conectividad una limitación en la comunidad, no se ha pensado en proponer proyectos comunicacionales para fortalecer la identidad que por ahora no se ha establecido, no tenemos como en otras localidades un plato típico o	Uno de los hallazgos más reveladores es el reconocimiento de la ausencia de una identidad cultural consolidada en la parroquia, lo cual se agrava por problemas estructurales como la migración, la pérdida de tradiciones y la falta de

una actividad cultural que represente a la parroquia, la vestimenta indígena se ha ido poco a poco perdiendo; a pesar de los esfuerzos realizados por las autoridades parroquiales todos los emprendimientos de gastronomía se han perdido por la falta de ganancias o por la migración de la gente.

conectividad. Esta situación afecta el sentido de pertenencia y la posibilidad de promover cultura desde la base comunitaria. Sin un plato típico, una actividad representativa o una vestimenta reconocible, la cultura local enfrenta el riesgo de invisibilización. Sin embargo, esta misma realidad abre una oportunidad para construir identidad desde el ámbito escolar y digital, con propuestas que recuperen la memoria colectiva y proyecten nuevas formas de expresión cultural juvenil.

Fuente: Elaboración propia

3.2.2. Resultados entrevista realizada a Promotora Cultural del Municipio de Urcuquí

Tabla 31

Resultados Entrevista a Promotora Cultural del Municipio de Urcuquí

Pregunta	Respuesta	Análisis
¿Cuál es la misión de la Dirección de Cultura del Municipio de Urcuquí en relación con la promoción del patrimonio y las expresiones culturales locales?	En el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Urcuquí no contamos con la Dirección de Cultura, sólo tenemos un área de cultura que está dentro de la Dirección de Desarrollo Social. Fomentar y promover el desarrollo de las actividades culturales, artísticas, deportivas y recreativas en el Cantón San Miguel de Urcuquí, a fin de resaltar los valores de nuestra identidad pluricultural, con la participación activa de todas las ciudadanas y ciudadanos, desarrollando actividades orientadas al cumplimiento de los objetivos y principios como son: la participación	El GAD Municipal no cuenta con una Dirección de Cultura independiente, lo que evidencia una estructura institucional limitada para el desarrollo cultural, al depender del área de Desarrollo Social. Aun así, la misión institucional incluye el fomento de actividades culturales, artísticas y recreativas con un enfoque de participación ciudadana e inclusión. El discurso incorpora principios como interculturalidad, equidad y respeto generacional, lo cual representa una intención valiosa, aunque no necesariamente una ejecución sistemática. La falta de una

	<p>ciudadana, Igualdad y no discriminación, Respeto a la Interculturalidad, Respeto a la condición generacional, Equidad de Género y Conservación del medio ambiente.</p>	<p>dirección propia implica que las acciones culturales están dispersas y posiblemente poco articuladas con un plan estratégico de promoción patrimonial.</p>
<p>¿Qué actividades o programas culturales se desarrollan en la parroquia San Blas o en el cantón Urcuquí dirigidos a jóvenes o estudiantes?</p>	<p>En cada parroquia del cantón y su cabecera cantonal se desarrollan las siguientes actividades, cabe destacar que al no ser muchos habitantes las actividades son para todas las edades:</p> <p>El 03 de febrero, celebración en honor al patrono San Blas.</p> <p>El 09 de febrero de 1984 se consiguió la cantonización de Urcuquí.</p> <p>La celebración de Semana Santa se conmemora en marzo o abril de cada año.</p> <p>La celebración de los bailes de San Juan y San Pedro el 24 de junio y 29 de junio respectivamente.</p> <p>El Encuentro Intercultural Juyayay se lo realiza el último sábado de Julio.</p> <p>El 29 de septiembre celebración en honor a San Miguel Arcángel</p> <p>El 02 de diciembre, parroquialización de San Blas.</p>	<p>Se describe una variedad de festividades religiosas, cívicas y tradicionales que forman parte del calendario cultural del cantón y sus parroquias. No obstante, se aclara que estas actividades no están diseñadas exclusivamente para jóvenes, sino que son de carácter general debido a la baja densidad poblacional. Aunque los estudiantes participan por ejemplo, en desfiles o bailes, no existe una programación orientada a la formación cultural juvenil ni a su empoderamiento como actores culturales. Esta limitación deja entrever una ausencia de enfoques pedagógicos o reflexivos en torno a la identidad cultural de los jóvenes en estos espacios.</p>
<p>Desde su perspectiva institucional, ¿qué papel han jugado las redes sociales, especialmente Facebook, en la promoción de la Cultura local?</p>	<p>Desde el GAD Municipal de Urcuquí, se viene manejando la página de Alcaldía Ciudadana en Facebook para difundir las actividades culturales, así lo hacen cada una de las parroquias: GAD San Blas, Tumbabiro, Pablo Arenas, Cahuasquí, La Merced de Buenos Aires.</p>	<p>Facebook se utiliza como medio de difusión institucional, principalmente a través de la página <i>Alcaldía Ciudadana</i> y páginas de los GADs parroquiales. Se confirma su función como canal informativo, pero no como una plataforma para la creación de comunidad, interacción cultural o participación activa. No se menciona una estrategia de comunicación cultural ni uso</p>

**¿Qué tipo de contenidos culturales se han difundido a través de Facebook desde la Dirección de Cultura?
¿Cuáles han tenido mayor alcance o participación?**

Desde la página de Alcaldía Ciudadana en Facebook el GAD Municipal de Urcuquí ha difundido todas las actividades culturales cada año y con anticipación para que la ciudadanía participe con entusiasmo y algarabía, los de mayor alcance son. Cantonización, Semana Santa, Bailes de San Juan y San Pedro, y San Miguel Arcángel.

pedagógico de la red. Esto implica que Facebook se aprovecha de manera funcional y reactiva, no como herramienta de transformación cultural ni de formación de identidad juvenil.

Los contenidos difundidos están asociados a festividades tradicionales y religiosas, como la cantonización, Semana Santa, San Juan, San Pedro y San Miguel. Estas publicaciones tienen buena acogida, lo cual muestra que la comunidad sí responde cuando el contenido es cercano, simbólico y festivo. Sin embargo, no se reporta contenido generado por jóvenes ni campañas enfocadas en la apropiación cultural juvenil. Se prioriza el contenido institucional y oficialista, lo que reduce las posibilidades de interacción horizontal entre la población y los actores culturales locales.

**¿Con qué frecuencia publican los contenidos culturales en Facebook?
¿Existe una planificación o calendario de publicaciones?**

Las publicaciones de las Agendas Culturales con sus actividades se publican de acuerdo con la fecha de realización; por ejemplo, la Cantonización es el 09 de febrero, pero las actividades empiezan a mediados de enero; Semana Santa se publica a inicios de marzo, El Encuentro Intercultural es en Julio se publica a inicios de julio, San Miguel Arcángel se publica a inicios de septiembre de cada año. No hay un cronograma aparte para publicaciones sobre actividades culturales

La difusión de actividades se realiza de forma temporal y ligada a los eventos del calendario, sin una planificación regular ni cronograma definido. La comunicación se basa en la inmediatez y el evento, no en un plan sostenido de fortalecimiento cultural digital. Esta carencia limita el alcance educativo y la continuidad de las acciones culturales, reduciendo el impacto formativo de las publicaciones. Además, la falta de constancia limita la posibilidad de generar vínculos duraderos con el público juvenil.

<p>¿Han desarrollado alguna iniciativa dirigida específicamente a estudiantes o jóvenes utilizando esta red social? ¿Podría compartir algún resultado o experiencia destacable?</p>	<p>Los eventos culturales están destinados para los jóvenes. En las fechas cívicas tanto del cantón como las parroquias se realizan desfiles cívicos donde participan todas las instituciones educativas de las parroquias y cantón. los jóvenes son los protagonistas: En las celebraciones de los bailes de San Juan y San Pedro, y en el Encuentro Intercultural que realiza el GAD MUNICIPAL URCUQUÍ.</p>	<p>Aunque se indica que los jóvenes participan activamente en eventos como desfiles y encuentros interculturales, no existen iniciativas comunicacionales diseñadas especialmente para ellos. Es decir, no se utilizan las redes sociales para escuchar, representar o empoderar a la juventud, sino únicamente para registrar su participación en eventos. Esta ausencia de enfoque juvenil refuerza la necesidad de crear productos comunicacionales donde los estudiantes sean protagonistas del discurso cultural, y no solo asistentes o espectadores.</p>
<p>¿Considera que los estudiantes de bachillerato tienen interés por los contenidos culturales que se difunden en redes? ¿Qué tipo de contenido cultural podría conectar más con ellos?</p>	<p>Sí tienen interés por los contenidos culturales, especialmente por las jornadas culturales que son las celebraciones artísticas; pero por el patrimonio cultural intangible como es la Semana Santa no se interesan tanto por lo que es religioso; ellos tienen interés por las festividades.</p>	<p>Según el entrevistado, los estudiantes sí muestran interés, especialmente por las festividades y expresiones artísticas, mientras que el contenido religioso o patrimonial tiene menor atracción. Este dato es coherente con los hallazgos cuantitativos de la investigación: los estudiantes prefieren contenido visual, dinámico y de celebración, y muestran menor conexión con lo tradicional o abstracto. Esto sugiere que para captar su atención, la cultura debe comunicarse de manera creativa, multimedia y participativa, a través de formatos compatibles con sus hábitos digitales.</p>
<p>¿Cree que el uso de Facebook puede influir en la identidad cultural de los jóvenes del cantón? ¿De qué manera?</p>	<p>Si influye en la identidad cultural especialmente en los jóvenes, porque vienen otros bailes, cantos, formas de vestirse de otros países y se dejan influenciar porque no</p>	<p>El entrevistado reconoce que Facebook influye significativamente en la identidad cultural de los jóvenes, tanto positiva como negativamente. Se señala que</p>

<p>tienen una identidad cultural definida desde la niñez. Como Facebook es una red social también existen cosas buenas y malas, y si los jóvenes no tienen control de los padres de familia esta red será utilizada de la peor manera.</p>	<p>la falta de una identidad cultural definida desde la niñez hace que los jóvenes adopten referencias externas (bailes, modas, costumbres foráneas). Esta afirmación revela una vulnerabilidad cultural entre la población juvenil del cantón, derivada de una debilidad en los procesos formativos comunitarios. También se advierte que, sin el acompañamiento adecuado (por ejemplo, familiar o institucional), el uso de redes sociales puede desvirtuar las expresiones culturales locales.</p>
--	---

Fuente: Elaboración propia

3.1.3. Resultados entrevista a Gestora Cultural Independiente

Tabla 32

Resultados entrevista a Gestora Cultural Independiente

Pregunta	Respuesta	Análisis
<p>¿Qué tipo de proyectos culturales ha desarrollado usted en la parroquia San Blas o en el cantón Urcuquí? ¿Cuál ha sido el enfoque principal de estas iniciativas?</p>	<p>He desarrollado proyectos culturales enfocados en la recuperación de tradiciones orales, talleres o cursos de música y danza, ferias gastronómicas y exposiciones de arte local; promoviendo la participación de niños, niñas, jóvenes, mujeres, mujeres embarazadas, adultos, adultos mayores, e involucrando a diferentes etnias: indígenas, afrodescendientes y mestizos, a través del intercambio de conocimientos (enfoque intergeneracional) con el objetivo de fortalecer el tejido social y cultural de la Parroquia San Blas.</p>	<p>La gestora ha desarrollado una variedad de proyectos culturales con enfoque inclusivo, intergeneracional y pluriétnico, dirigidos a recuperar tradiciones orales, promover arte local y generar espacios de encuentro como ferias y talleres. El enfoque es integral: no se limita a eventos simbólicos o festivos, sino que busca fortalecer el tejido social y cultural desde la participación comunitaria. Este tipo de gestión contrasta positivamente con el enfoque más institucional de los GADs, ya que incorpora identidad, memoria colectiva y diversidad cultural como ejes principales.</p>
<p>¿Ha utilizado alguna vez las redes sociales, en particular Facebook, como parte de la</p>	<p>Sí, porque en la actualidad las redes sociales en particular Facebook, TikTok e Instagram</p>	<p>La gestora afirma utilizar redes sociales como Facebook, TikTok e Instagram de forma</p>

estrategia de difusión de esos proyectos?	se han convertido en una herramienta clave para difundir proyectos, ideas o iniciativas culturales, permitiéndonos llegar con efectividad al público objetivo e incluso interactuar en tiempo real.	estratégica para difundir proyectos culturales. Este uso va más allá del anuncio de actividades: se entiende como una herramienta de comunicación clave para conectar con públicos específicos y generar interacción. Se evidencia una conciencia comunicacional avanzada, que reconoce el valor de lo digital en la sostenibilidad y el alcance de las iniciativas culturales.
¿Qué tipo de público ha logrado alcanzar con sus proyectos culturales, especialmente aquellos difundidos a través de Facebook? ¿Podría mencionar a qué grupos llegó con mayor efectividad (jóvenes, adultos, comunidad educativa, etc.)?	A través de Facebook y Tiktok logré llegar principalmente a los adolescentes, jóvenes y a comunidades educativas; ya que estos son particularmente activos en redes sociales, facilitando su involucramiento.	Las redes han permitido llegar principalmente a adolescentes, jóvenes y comunidades educativas, lo que confirma que estos públicos se encuentran activos digitalmente y reaccionan ante propuestas culturales bien presentadas. Esta observación coincide con los hallazgos cuantitativos de tu investigación, donde los estudiantes demuestran interés por contenidos culturales atractivos, especialmente en formato audiovisual y participativo.
¿Qué tipo de contenidos culturales considera más efectivos para difundir en Facebook?	Hasta el momento he generado contenido fotográfico y videos pregrabados (presentaciones musicales y/o entrevistas a adultos mayores, de los cuales se ha obtenido mayor interacción.	Se destaca que los contenidos con mayor interacción han sido fotografías y videos pregrabados, incluyendo presentaciones musicales y entrevistas. Esto demuestra que el formato audiovisual es clave para captar la atención del público juvenil, especialmente cuando los contenidos se vinculan con su entorno cultural. Además, la mención de entrevistas a adultos mayores introduce un elemento de memoria oral e intercambio generacional, relevante para el

<p>¿Cuánto considera que la comunicación, en sus diferentes formas, contribuye al éxito y visibilidad de los proyectos culturales y a la difusión de la identidad local?</p>	<p>La comunicación es fundamental, pues permite no solo visibilizar los proyectos, sino también crear sentido de pertenencia, participación y orgullo cultural. Cuando la comunicación es estratégica y clara, se involucra a la comunidad y se fortalecen las redes de colaboración.</p>	<p>fortalecimiento de la identidad local.</p> <p>La gestora afirma que la comunicación es fundamental para visibilizar proyectos y generar sentido de pertenencia cultural. No se limita a informar, sino que entiende la comunicación como un proceso estratégico de movilización social y construcción simbólica. Este enfoque es coherente con las nuevas teorías de la comunicación cultural, que proponen un modelo participativo, horizontal y con enfoque territorial.</p>
<p>¿Cuál cree que es el papel de Facebook en la promoción y preservación de la identidad cultural local, especialmente entre los jóvenes?</p>	<p>Facebook se ha convertido en una de las redes de mayor incidencia, alcance y cumple un papel importante como herramienta efectiva para conectar a los jóvenes con sus raíces, principalmente cuando los contenidos son atractivos y relevantes. Puede servir como una plataforma para revalorizar saberes ancestrales y promover iniciativas culturales.</p>	<p>La respuesta destaca que Facebook tiene una alta incidencia en el segmento juvenil y puede ser una herramienta eficaz para reconectar a los jóvenes con sus raíces, siempre que los contenidos sean atractivos y pertinentes. Se reconoce también que esta red social puede ser un canal para revalorizar saberes ancestrales y revitalizar tradiciones. Esta visión está en sintonía con la propuesta de tu tesis: usar Facebook no solo como espacio de difusión, sino como herramienta para la construcción activa de identidad cultural.</p>
<p>Desde su experiencia, ¿los estudiantes de bachillerato participan activamente en actividades culturales promovidas en redes sociales?</p>	<p>Sí, he visto algunas propuestas impulsadas desde diferentes gestores culturales del cantón y la parroquia San Blas. Por ejemplo, desde el aspecto artístico, los jóvenes acuden a las redes sociales para dar a conocer y exponer su talento en el arte de la música y la</p>	<p>La gestora observa que sí hay participación juvenil, sobre todo a través del arte, como música y danza, donde los jóvenes usan las redes para compartir sus talentos. Esta respuesta refuerza los datos cuantitativos que muestran bajo índice de producción</p>

	danza.	cultural, pero alto potencial e interés latente. El testimonio confirma que existen casos en los que los jóvenes asumen un rol activo, especialmente cuando encuentran plataformas adecuadas.
¿Cómo evalúa el impacto de las redes sociales en el conocimiento y la apreciación de la cultura local entre los adolescentes?	El impacto es positivo, especialmente cuando se utilizan formatos atractivos (audiovisuales) permitiendo a los adolescentes descubrir que la cultura local también puede ser parte de su identidad.	El impacto es descrito como positivo, siempre que se usen formatos atractivos. Esto valida la propuesta metodológica de utilizar videos, música, entrevistas, y contenido visual como vehículos para despertar el interés cultural juvenil. A través de estas estrategias, los adolescentes pueden resignificar su relación con la cultura local y verla como parte de su identidad contemporánea.
¿Estaría dispuesto a colaborar con un producto comunicacional en Facebook que busque visibilizar la cultura local desde la mirada de los estudiantes?	Sí, estaría dispuesta a colaborar. Sugiero que el producto tenga un diseño juvenil, en la actualidad se realizan los PODCAST un formato atractivo y accesible donde los estudiantes pueden ser los protagonistas y generar contenidos muy valiosos a través del intercambiando intergeneracional de conocimientos e historias.	La gestora manifiesta una actitud positiva y proactiva frente a la posibilidad de colaborar en un producto comunicacional en Facebook, lo cual representa una oportunidad concreta de articulación comunitaria e institucional. De manera propositiva, sugiere el uso del formato podcast, destacándolo como una herramienta actual, dinámica y atractiva para los jóvenes. Además, enfatiza el valor del intercambio intergeneracional, lo que enriquece la propuesta al integrar experiencias y saberes locales con la mirada juvenil.

Fuente: Elaboración propia

3.2. Discusión de resultados

En el presente apartado, luego del análisis de datos, se presenta la interpretación de los resultados obtenidos, para lo cual se da respuesta a las preguntas de investigación planteadas.

¿Cuáles son los principales hábitos de uso de Facebook entre los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Eloy Alfaro, considerando el tiempo de conexión, los tipos de contenido consumido y las interacciones realizadas?

Luego de la aplicación de las herramientas de investigación, se analizó la información obtenida, dentro de la cual se verificó que todos los estudiantes participantes cuentan con una cuenta activa en Facebook, este es el punto de partida que confirma que los estudiantes se desenvuelven diariamente con la influencia de los medios digitales, a pesar de las limitaciones que aún existen en el sector rural para utilizar internet. No obstante, el tiempo que le dedican no resulta significativo considerando que disponen de amplio tiempo libre tras su jornada académica y acceso a diversas plataformas digitales. Esto puede deberse a que hace algunos años, Facebook era la red preferida por los adolescentes; sin embargo, la aparición de nuevas plataformas como Instagram y TikTok, más enfocadas en reels, filtros y efectos visuales, ha atraído mayor interés.

Este fenómeno se ve favorecido por la migración de influencers y creadores de contenido hacia estas redes, lo que a su vez ha redistribuido el tiempo de uso entre diferentes plataformas. En consecuencia, los jóvenes han diversificado su presencia digital, reduciendo su dependencia de Facebook en favor de opciones más dinámicas. Según Chávez, et. (2024) en la investigación realizada con estudiantes del tercer año de Bachillerato de Informática de la Unidad Educativa Pichincha, con una muestra de 60 estudiantes, dentro de la cual, todos disponían de un teléfono móvil y acceso a internet, por unanimidad indicaron a través de una encuesta que Facebook es la red social que más utilizan, la mayor parte del tiempo la usan para mantenerse en contacto con familiares y amigos. Esto indica que Facebook está presente en su día a día, y su uso es variable dependiendo de sus intereses en dicho momento.

Así mismo, Aguilar P. (2025) en su investigación sobre el Impacto del consumo de redes sociales en la interacción comunicativa de los adolescentes entre 15-17 años de edad en la Unidad Educativa Vicente Rocafuerte, periodo julio- diciembre 2022 indica que Facebook es la red social más utilizada entre los adolescentes considerados para el estudio, la mayoría indicando que se conecta más de 5 horas al día, indicando que las redes sociales les ayuda a relacionarse de mejor manera.

En la presente investigación, la totalidad de los encuestados mantiene un uso puntual de Facebook, con un tiempo de conexión de hasta dos horas diarias, generalmente usada como una herramienta de consumo masivo, que se utiliza principalmente para socializar y en ocasiones seguir contenidos culturales, no necesariamente nacionales o locales, sino más bien globales. Entre sus hábitos destacan la revisión rápida de fotos, vídeos y memes, así como la interacción a través de comentarios o mensajes. Este comportamiento resalta la necesidad de contenidos breves y visualmente atractivos para captar la atención de los adolescentes en Facebook, dentro de lo cual, un factor clave que influye dentro de los intereses de los estudiantes es la edad y el sexo, por ejemplo los estudiantes de sexo masculino prefieren invertir su tiempo libre en videojuegos mientras que el sexo femenino

demuestran interés en contenido más orientado a tendencias, moda, reels, demostrando que los tipos de contenido consumido dependen del nivel de bachillerato, con el tiempo sus intereses cambian y prefieren mantener activas sus redes sociales para generar relaciones interpersonales de manera más indirecta, así también al estar en una época donde lo externo influye significativamente, demostrar que estas redes contribuyen a la formación de su identidad.

¿Qué tipo de contenido cultural se difunde en los grupos y páginas de Facebook seguidos por los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Eloy Alfaro, y cómo incide en su conocimiento y apreciación cultural?

Considerando el tiempo de conexión en la red social Facebook, los adolescentes encuestados muestran un interés significativo en temas culturales como música, arte, historia y tradiciones, especialmente aquellos relacionados con la cultura ecuatoriana. Más de la mitad señaló la importancia de su identidad cultural, y algunos ya participan en grupos vinculados a estas temáticas, mientras que otros estarían dispuestos a integrarse si se generaran más oportunidades culturales a través de Facebook. Aunque este contenido cultural captó su atención, se observa que rara vez comparten material propio: prefieren consumir más que difundir, es decir una gran parte pertenecen a una audiencia pasiva que está en formación, otro grupo restante prefiere mantenerse más activo, todo depende también de la personalidad e intereses que cada estudiante, considerando que los mismos se encuentran en formación y todo lo que captan de las redes sociales influye de manera positiva o negativa en la construcción de su identidad.

Con respecto a la naturaleza del contenido cultural consumido, la mayoría visualiza recursos relacionados específicamente con la cultura ecuatoriana música tradicional, arte local, festividades, pero dicha visualización no siempre se traduce en difusión activa, por lo que seguimos con una mayoría que aún no se atreve a generar contenido o no existen los espacios necesarios que les permita hacerlo, sobre todo a nivel local donde las publicaciones son limitadas o la socialización cultural no se realiza totalmente por las redes sociales sino de manera más tradicional. En este sentido, su interacción digital, los adolescentes tienden a un consumo visual directo y pasivo, sin compromisos de creación o propagación social, lo que sugiere una preferencia por observación sobre participación.

A pesar de que la mayoría tiene cierto acercamiento al contenido cultural nacional, no ocurre lo mismo con el contenido cultural local. Esto sucede incluso cuando muchas personas consideran que Facebook es una herramienta útil para la difusión cultural. Lo anterior sugiere que, dentro de esta plataforma, no existen suficientes canales o medios dedicados específicamente a la promoción de la cultura local. Es posible que esta área aún no se haya explorado ni desarrollado adecuadamente a nivel local, a pesar del interés que existe por conocer y aprender más sobre ella, es por esto que mediante la adecuada capacitación los estudiantes pueden convertirse en los protagonistas digitales que destacan los aspectos más relevantes de su entorno, promoviendo no solo contenido global sino apropiándose de sus raíces, sus costumbres y su identidad cultural local.

Arellano, at (2024) indica: El consumo de información en la red no solo tiene herramientas para apoyar las tareas de investigación, ofrecer productos y espectáculos, etc. También tiene un valor de carácter simbólico. Es decir, tiene todo lo que, en términos de culturas juveniles, se ha vuelto importante y significativo. Así pues: La información actual es uno de los valores fundamentales del consumo audiovisual y digital de los jóvenes. Los jóvenes construyen redes de intercambio conversacional. Hacen de la información un objeto de relación cotidiana con los otros. En esos relatos editados y reescritos con material de sus imaginarios tecnológicos, los jóvenes afirman su identidad social y cultural.

Sánchez Muniz, C. R. (2025), indica que en los resultados obtenidos de la investigación referente demuestran que el 90.9% de los encuestados considera que los contenidos audiovisuales son muy relevantes para promocionar la identidad cultural. Además, el 85,2% consideró que Facebook es una plataforma útil para conocer este tipo de contenidos.

El estudio demuestra que los contenidos audiovisuales que se comparten en Facebook son de vital importancia para promocionar temas culturales, lo que refuerza la teoría de Pomaquero Yuquilema (2020), de que es importante emplear diversos medios de comunicación masiva para difundir las tradiciones culturales, en el contexto digital.

¿Cuál es la percepción de los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Eloy Alfaro sobre el uso de Facebook como herramienta de difusión cultural, y qué impacto reconocen en su educación y desarrollo social?

Los adolescentes encuestados manifiestan interés en el uso de Facebook como una herramienta para la difusión cultural, ya que consideran que le ha permitido un mayor acercamiento a su cultura local. No obstante, también señalan que esta plataforma no influye directamente en su identidad cultural, lo que sugiere una falta de conciencia sobre el impacto que las redes sociales pueden tener a nivel personal. En otras palabras, utilizan estas plataformas principalmente como una forma de ocio, sin dimensionar completamente las consecuencias positivas o negativas que su uso puede tener en la construcción de su identidad, su relación con la cultura, sus emociones y su interacción social en general.

En este sentido, Freire (2024) destaca que la adolescencia es una etapa caracterizada por profundos cambios emocionales, en la que se manifiesta “la búsqueda de la propia identidad, pensamiento abstracto y razonamiento, incremento de la asunción de la responsabilidad” (p. 9). Esto evidencia que todo aquello que los adolescentes consumen con frecuencia en redes sociales puede formar parte activa del proceso de construcción de su identidad. De ahí la importancia de los contenidos que observan, escuchan e interiorizan, ya que las redes sociales pueden convertirse en un medio valioso para el desarrollo de un sentido de pertenencia cultural o, por el contrario, en un factor de riesgo que contribuya a trastornos de personalidad si su uso es desmedido o inadecuado.

Dado que los adolescentes manifiestan un interés genuino por la cultura, especialmente por expresiones como la música y la danza tradicional, resulta fundamental promover estos intereses a través de plataformas como Facebook. Es importante que la participación no se limite únicamente a reacciones superficiales como dar "me gusta", sino que se fomente una participación activa y significativa a nivel local. Los adolescentes expresan un claro interés por visualizar contenido cultural cercano a su entorno y muestran altas expectativas de encontrar propuestas vinculadas a su localidad dentro de las redes sociales. Además, manifiestan su disposición a compartir y participar en estos espacios, los cuales pueden comenzar en el entorno digital, pero proyectarse hacia encuentros presenciales en la comunidad, contribuyendo así al fortalecimiento de su identidad y cultura local.

Si bien la conexión a internet a nivel local es limitada, los estudiantes muestran un genuino interés en participar activamente en iniciativas culturales. Tras la pandemia por COVID-19, surgieron alternativas de planes postpago de telefonía móvil que incluyen datos para navegación y redes sociales, así como opciones de internet a bajo costo. Esto ha permitido que, a pesar de las limitaciones, los estudiantes se mantengan conectados, no solo con fines recreativos, sino también educativos. El acceso a internet les facilita el aprovechamiento de la información disponible en medios digitales y les permite utilizar las redes sociales como una herramienta para acceder a contenidos relacionados con sus intereses, entre ellos los temas culturales. Esto representa una oportunidad para fortalecer su vínculo con la identidad cultural de su localidad, es aquí donde la institución educativa juega un papel importante, ya que desde la formación y orientación en el buen uso de medios digitales se puede fomentar la difusión cultural, haciendo de Facebook el principal medio para promover la participación y construcción de identidad local, esto tomando en cuenta que la institución a la que pertenecen tienen los medios necesarios para hacerlo, y este sería un valor agregado que estimula al estudiantado a mantener el interés activo por las prácticas culturales de la localidad.

4. CAPÍTULO IV: PROPUESTA

Luego de recopilar, revisar y analizar la información y los resultados obtenidos en el presente estudio, se vio la necesidad de complementar la presente investigación con un producto comunicacional para los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Eloy Alfaro a través de Facebook, un medio cercano, interactivo y accesible a los adolescentes que permitirá fortalecer la difusión cultural mediante la promoción de eventos culturales, sociales y demás similares, esto considerando que los estudiantes demostraron un interés activo en el uso de la red social Facebook y en la cultura local, particularmente en manifestaciones como la música y la danza tradicional. Por ello, se propone un producto comunicacional que aproveche el uso cotidiano de esta red social para fortalecer la difusión cultural local y fomentar un vínculo más consciente entre los adolescentes y su identidad cultural.

4.1. Nombre del Producto Comunicacional

La campaña digital se denominará “Alfarito al Día”, en alusión a la Unidad Educativa Eloy Alfaro, institución objeto del presente estudio.

4.2. Objetivos del Producto Comunicacional

4.2.1. Objetivo General

- Promover la difusión de la cultura local a través de la implementación de campañas digitales en la red social Facebook, desarrolladas y gestionadas por los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Eloy Alfaro, con el propósito de fortalecer las actividades culturales previas a cada evento del entorno local.

4.2.2. Objetivos específicos

- Capacitar a los estudiantes en temáticas relacionadas con los medios digitales, el uso estratégico de las redes sociales y la difusión cultural, así como en otros contenidos relevantes que fortalezcan su formación integral y les permitan apoyar de manera efectiva a la implementación de la campaña digital.
- Caracterizar el espacio digital destinado a la difusión cultural en la red social Facebook, describiendo su formato, estructura y componentes, con el fin de orientar a los estudiantes en la implementación de una campaña digital.
- Impulsar la participación activa de los estudiantes en la creación, difusión e interacción de contenidos que promuevan la cultura local y fortalezcan el sentido de identidad comunitaria.

- Diseñar y presentar piezas comunicacionales que contribuyan a la continuidad, fortalecimiento y sostenibilidad de la campaña digital en el tiempo.

4.3. Público Objetivo

El producto comunicacional está enfocado en los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Eloy Alfaro, con edades entre 12 y 18 años, residentes de la parroquia San Blas, cantón Urcuquí, los mismos que son adolescentes y jóvenes con acceso frecuente a redes sociales, lo que facilita su participación e interacción con el contenido. Dado que la red social utilizada es de acceso abierto, el público en general también podrá visualizar y sumarse a la iniciativa.

4.4. Descripción del Producto Comunicacional

Cada año se desarrollan diversas festividades, eventos y actividades vinculadas con la cultura local, en las que participan distintos actores de la comunidad San Blas de Urcuquí. Ante ello, se ha identificado la necesidad de involucrar a los adolescentes en estas iniciativas, fomentando su participación activa y su sentido de pertenencia.

Considerando que la Unidad Educativa Eloy Alfaro cuenta con una página oficial en Facebook, se propone utilizar este espacio digital para difundir contenido cultural elaborado por los propios estudiantes. Para ello, será fundamental la colaboración del docente o equipo de TICS, junto con un grupo de estudiantes que muestren interés en capacitarse en temáticas relacionadas con los medios digitales, el uso estratégico de las redes sociales y la difusión cultural, así como en otros contenidos relevantes que fortalezcan su formación integral y les permitan apoyar de manera efectiva a la implementación de la campaña digital, con el fin de conformar el equipo responsable de alimentar la campaña digital “Alfarito al Día”.

Antes de cada evento a promocionarse, el equipo de trabajo (docente de TICS y estudiantes) deberá preparar el contenido previo al evento, siguiendo las directrices de este documento y empleando las plantillas prediseñadas. Cada actividad se convertirá así en una mini campaña digital dentro de “Alfarito al Día”, diseñada para mantener la expectativa antes, durante y después del evento.

El personaje “Alfarito” será el encargado de anunciar, acompañar y mantener informada a la comunidad educativa sobre el desarrollo de cada campaña, generando interés y conexión con el público visitante de la página institucional de Facebook.

4.5. Formato y Componentes del Producto Comunicacional

El producto comunicacional consiste en una campaña digital previa a la realización del evento o actividad local. Esta campaña incluye microcápsulas informativas diseñadas para difundir el contenido de manera atractiva y dinámica. En este sentido, cada edición de la campaña digital “Alfarito al Día” deberá presentar, de forma ordenada, cada microcápsula

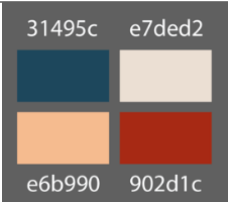
antes de la ejecución de los eventos, siguiendo el formato y los componentes que se detallan a continuación.

4.5.1. Formato del Producto Comunicacional

El formato del producto comunicacional planteado es el siguiente:

Tabla 33

Formato del Producto Comunicacional

Elementos	Descripción
Tipo de Producto	Campana digital
Canal de comunicación	Red social Facebook (fan page Unidad Educativa Eloy Alfaro)
Modalidad de consumo	Grupal
Características técnicas Imágenes	Resolución 1200x 1200 px
Características técnicas Videos	Resolución 1080 x 1920 px
Frecuencia de Publicación	Periodicidad cada 2 días
Tipografía	Ulin Happy Gotham
Aplicaciones de plantillas Imágenes	Canva (Libre acceso)
Aplicaciones de plantillas Videos	Capcut (Libre acceso)
Paleta de colores	

Fuente: Elaboración Propia

4.5.2. Componentes del Producto Comunicacional

El producto comunicacional está conformado por cinco microcápsulas informativas, las cuales dan forma a la campana digital que deberá desarrollarse en la fan page de la institución educativa. Antes del lanzamiento de cada campana, se elabora una línea de tiempo detallada que orienta la planificación y difusión de los contenidos.

El cronopost se constituye en la guía principal para estructurar la campana digital de cada evento. En este formato se registran las ideas centrales a promover, así como el paso a paso de las acciones comunicacionales, lo que facilita una gestión interna organizada y coherente

Figura 3
Cronopost

Día	Fecha	Plataforma / Tiempo	Imagen	Contenido	Copy	Hashtags
Jueves	JUNIO 22	FACEBOOK 18:00		Post de expectativa	¡Algo grande se acerca a San Blas! Muy pronto viviremos una de las tradiciones más alegres y coloridas de nuestra parroquia. ¿Ya sabes de qué se trata? 🎉	#AlfaritoAlDía #SanBlas #UEEloyAlfaro #Cultura #SanJuanes
Sábado	JUNIO 24	FACEBOOK 18:00		¿Sabías que...?	Los San Juanes son Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador y una de las expresiones más auténticas de nuestra identidad sanblasista. Con cada celebración reafirmamos quiénes somos y de dónde venimos 🇪🇨	#AlfaritoAlDía #SanBlas #UEEloyAlfaro #Cultura #SanJuanes
Lunes	JUNIO 26	FACEBOOK 18:00		Infografía informativa	Los San Juanes en San Blas son una mezcla de tradición, fe y alegría que se vive intensamente cada junio: Danzas que expresan nuestra historia Ritmos que despiertan la identidad Colores que representan la vida y la comunidad Descubre los símbolos que hacen de esta celebración un orgullo cultural.	#AlfaritoAlDía #SanBlas #UEEloyAlfaro #Cultura #SanJuanes
Miércoles	JUNIO 28	FACEBOOK 18:00		Reel informativo	Tradición, música y alegría que nos conectan con nuestras raíces. Así se viven los San Juanes y San Pedro en San Blas: una fiesta que nos recuerda quiénes somos y de dónde venimos. 🎶	#AlfaritoAlDía #SanBlas #UEEloyAlfaro #Cultura #SanJuanes
Viernes	JUNIO 30	FACEBOOK 19:00		Publicación central	¡Viva la cultura y la tradición! Nuestros estudiantes, docentes y padres de familia disfrutaron de una tarde llena de música, baile y diversión. Su esfuerzo y dedicación permitieron que nuestra comunidad educativa se reuniera y disfrutara de esta hermosa tradición. 🇪🇨	#AlfaritoAlDía #SanBlas #UEEloyAlfaro #Cultura #SanJuanes

Fuente: Elaboración Propia

Como soporte visual para la difusión en Facebook, esta plantilla o cronopost, como base de las publicaciones, incluirá:

- Fondos adaptables según la temática.
- Un encabezado visible con el hashtag oficial **#AlfaritoAlDía**.
- Un espacio flexible para insertar texto, imágenes o videos.

Estas plantillas garantizarán una identidad visual unificada, fácilmente reconocible y adecuada para el público adolescente. Cada publicación programada en el cronopost busca mantener la expectativa antes de cada evento y fomentar la participación activa de los estudiantes y de la comunidad en general, aprovechando las herramientas interactivas que ofrece la red social. Finalmente, la plantilla estará prediseñada, permitiendo adaptar la información según la temática de cada campaña. De igual manera, cada microcápsula informativa contará con un personaje y un diseño estandarizado, conforme se detalla en los apartados posteriores.

4.5.2.1. Personaje de la Campaña Digital

El personaje principal de la campaña será **Alfarito**, inspirado en el nombre de la institución y concebido como el protagonista de las acciones comunicacionales. Su diseño, que se adjunta al presente documento, está destinado a su posterior utilización en las distintas piezas de la campaña.

Alfarito representa una versión amigable y moderna de **Eloy Alfaro**, y actuará como la voz guía de la campaña, estableciendo un vínculo cercano entre los estudiantes y el patrimonio cultural de su territorio.

Figura 4

Alfarito, personaje de la Campaña Digital



Fuente: Elaboración Propia

4.5.2.2. Microcápsula 1: Teaser o Post de Expectativa

Un teaser es un contenido breve que anticipa la información de las fiestas venideras, está representada por la imagen de Alfarito y será la primera acción a realizarse dentro de la campaña digital, la misma que generará expectativa entre los usuarios de la página, promoviendo el interés entre los estudiantes y público en general ya que indicará que un nuevo evento local está por llegar.

Figura 5

Teaser o Post de Expectativa



Fuente: Elaboración Propia

4.5.2.3. Microcápsula 2: Plantilla denominada: Sabías qué?

Figura 6

Plantilla denominada: Sabías qué?



Fuente: Elaboración Propia

Como segunda acción de la campaña digital, se implementará una sección denominada "Sabías qué", dedicada a compartir datos curiosos, históricos o tradicionales sobre San Blas. Esta sección, presentada de forma visual y breve, permitirá captar la atención del público joven y fortalecer su conexión con el entorno cultural. Cada uno de estos componentes del producto comunicacional responde a un enfoque pedagógico, participativo y visualmente atractivo, alineado con los objetivos de la campaña y con las prácticas comunicativas actuales de los adolescentes.

La narrativa de la campaña debe ser juvenil, cercana, educativa y con enfoque territorial. Se basa en la idea de que los estudiantes son narradores activos de su cultura, guiados por Alfarito, un personaje que representa la conciencia histórica, el conocimiento y la curiosidad.

Esta plantilla está prediseñada y disponible en los anexos de la presente investigación para ser utilizada en cada nueva campaña para que se incorpore la información que se considere pertinente en torno al evento.

4.5.2.4. Microcápsula 3: Infografía

La infografía es un recurso comunicacional que combina elementos visuales y textuales para transmitir un mensaje de manera clara y atractiva. En este caso, constituye la tercera microcápsula dentro de la campaña digital y tiene como propósito complementar, de forma

más detallada, la información sobre el evento. En ella pueden incluirse datos históricos, imágenes, fotografías y otros contenidos relevantes que permitan al público obtener una comprensión más completa de la actividad a realizarse.

Figura 7
Infografía



Fuente: Elaboración Propia

4.5.2.5. Microcápsula 4: Reel Informativo

La cuarta microcápsula de la campaña digital es un reel informativo, el mismo que consiste en la presentación de un video en el cual el personaje Alfarito es el presentador de datos importantes sobre el evento a realizarse, para lo cual en un máximo de 40 segundos se deberá entregar datos relevantes.

Figura 8
Reel informativo



Fuente: Elaboración Propia

4.5.2.6. Microcápsula 5: Publicación Central

El día del evento se deberá designar a una persona encargada de la toma de fotografías o, en su defecto, solicitar la galería fotográfica al grupo organizador. Este material permitirá elaborar la quinta microcápsula, denominada “publicación central”, la cual recopilará los momentos más destacados del evento con el propósito de conservar los recuerdos de los participantes y resaltar los instantes más significativos de la jornada.

Figura 9

Publicación Central



Fuente: Elaboración Propia

4.5.2.7. Ejemplo de la Campaña Digital

Para mayor claridad del presente capítulo se ha tomado como referencia la festividad de los San Juanes, un evento tradicional que cada año se realiza en San Blas de Urcuquí, el cual es reconocido a nivel local y provincial.

Para esto se ha ejemplificado el paso a paso del evento, tomando en cuenta las plantillas prediseñadas, las mismas que inician con el cronopost o la planificación de la campaña digital, tal como se especificó en el punto 4.5.2.2. Microcápsula 1: Teaser o Post de Expectativa, y seguido se detallan las microcápsulas informativas en el orden descrito:

Ejemplo de Microcápsula 1: Teaser o Post de Expectativa

Figura 10

Ejemplo de Teaser o Post de Expectativa



Ejemplo 1

Microcápsula 1: Teaser o Post de Expectativa

Un teaser es un contenido breve que anticipa la información de las fiestas venideras, está representada por la imagen de Alfariito y será la primera acción a realizarse dentro de la campaña digital, la misma que generará expectativa entre los usuarios de la página, promoviendo el interés entre los estudiantes y público en general ya que indicará que un nuevo evento local está por llegar.

Fuente: Elaboración Propia

Ejemplo de Microcápsula 2: Plantilla denominada: Sabías qué?

Figura 11

Ejemplo de Plantilla denominada: Sabías qué?



Ejemplo 2

Microcápsula 2: Plantilla denominada: Sabías qué?

Como segunda acción de la campaña digital, se implementará una sección denominada "Sabías qué", dedicada a compartir datos curiosos, históricos o tradicionales sobre San Blas. Esta sección, presentada de forma visual y breve, permitirá captar la atención del público joven y fortalecer su conexión con el entorno cultural.

Fuente: Elaboración Propia

Ejemplo de Microcápsula 3: Infografía

Figura 12

Ejemplo de Infografía



Ejemplo 3

Microcápsula 3: Infografía

La infografía es un recurso comunicacional que combina elementos visuales y textuales para transmitir un mensaje de manera clara y atractiva. En este caso, constituye la tercera microcápsula dentro de la campaña digital y tiene como propósito complementar, de forma más detallada, la información sobre el evento. En ella pueden incluirse datos históricos, imágenes, fotografías y otros contenidos relevantes que permitan al público obtener una comprensión más completa de la actividad a realizarse.

Fuente: Elaboración Propia

Ejemplo de Microcápsula 4: Reel Informativo

Figura 13

Ejemplo de Reel Informativo



Ejemplo 4

Microcápsula 4: Reel Informativo

La cuarta microcápsula de la campaña digital es un reel informativo, el mismo que consiste en la presentación de un video en el cual el personaje Aflarito es el presentador de datos importantes sobre el evento a realizarse, para lo cual en un máximo de 40 segundos se deberá entregar datos relevantes.

Fuente: Elaboración Propia

Ejemplo de Microcápsula 5: Publicación Central

Figura 14

Ejemplo de Publicación Central



Ejemplo 5

Microcápsula 5: Publicación Central

El día del evento se deberá designar a una persona encargada de la toma de fotografías o, en su defecto, solicitar la galería fotográfica al grupo organizador. Este material permitirá elaborar la quinta microcápsula, denominada "publicación central", la cual recopilará los momentos más destacados del evento con el propósito de conservar los recuerdos de los participantes y resaltar los instantes más significativos de la jornada.

Fuente: Elaboración Propia

4.6. Recursos Necesarios para la Campaña Digital

4.6.1. Recursos humanos

Para el desarrollo de la presente propuesta se requiere la participación activa del área de TICS y de un grupo de estudiantes de la Unidad Educativa Eloy Alfaro, preferentemente miembros del Gobierno Estudiantil o alumnos con afinidad por el uso de tecnologías y con interés en temas de comunicación, ya que ellos serán los encargados de la planificación, desarrollo y ejecución de la campaña digital, en resumen:

- Docente a cargo para planificación y carga de contenido
- Estudiantes responsables de la planificación, carga y creación del contenido

4.6.2. Recursos Tecnológicos

En lo referente a los recursos tecnológicos se requiere lo siguiente:

- Celulares con cámara
- Computadora
- Conexión a internet
- Software gratuito o accesible:
 - Diseño: Canva

- Edición de video: CapCut

4.6.3. Recursos Financieros

Para el desarrollo de la presente propuesta, no se requieren recursos financieros.

4.6.4. Sostenibilidad de la Propuesta

La sostenibilidad de la propuesta depende de la participación activa y continua de los estudiantes, bajo la orientación del docente responsable. Este acompañamiento resulta esencial para mantener su motivación y fortalecer su formación en los temas vinculados a la campaña. Asimismo, el respaldo institucional es clave para garantizar la permanencia del proyecto, promoviendo una experiencia educativa que no solo contribuye al fortalecimiento de la cultura local, sino que también potencia las competencias digitales de los estudiantes.

CONCLUSIONES

Los resultados de la investigación permiten concluir que los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Eloy Alfaro mantienen una relación constante y significativa con la red social Facebook, ya que la totalidad de ellos dispone de una cuenta activa y la utiliza de manera habitual como fuente de información. No obstante, el uso de esta plataforma se limita, en su mayoría, a un consumo pasivo de contenidos, predominando el rol de observadores frente al de productores o difusores de información cultural. Pese a ello, se evidencia un interés positivo por parte de los estudiantes hacia la cultura local, lo que demuestra el potencial de Facebook como herramienta de difusión cultural. En este sentido, resulta necesario implementar estrategias educativas y comunicacionales que fomenten una participación más activa y crítica de los estudiantes, promoviendo la creación y difusión de contenidos culturales que fortalezcan su identidad y participación en el entorno digital.

Los estudiantes de bachillerato utilizan Facebook de manera frecuente, principalmente como consumidores de contenido, con especial interés en publicaciones relacionadas con el entretenimiento y temas de alcance global. Sin embargo, también manifiestan disposición para participar en iniciativas orientadas a la difusión de la cultura local, lo que evidencia el potencial de esta red social para fortalecer su identidad cultural. Asimismo, se identifican diferencias en el uso de Facebook según el nivel educativo: mientras que en primero de Bachillerato predomina un uso orientado al entretenimiento, en segundo y tercero se observa una participación más crítica y social. Esta diferenciación resalta la necesidad de diseñar estrategias de difusión cultural adaptadas a las características y niveles de madurez digital de los estudiantes, potenciando el uso de Facebook como herramienta de promoción cultural.

La red social Facebook se configura como una herramienta eficaz para la difusión de contenidos culturales entre los adolescentes, debido a su facilidad de acceso, conectividad y uso, lo que favorece la rápida visualización e interacción con la información en diversos formatos. En este sentido, se determinó que una mayor difusión de contenidos culturales y de información previa a los eventos locales a través de esta red social incrementa significativamente el interés y la participación de los adolescentes. Asimismo, los hallazgos resaltan la necesidad de fortalecer los canales de difusión de la cultura local mediante Facebook, aprovechando la fan page de la Unidad Educativa Eloy Alfaro como un medio de comunicación cercano y accesible. La implementación de una propuesta comunicacional estructurada, con lineamientos claros para la creación de campañas digitales, permitirá promover una mayor participación de estudiantes, docentes y de la ciudadanía en general del cantón San Blas, contribuyendo al fortalecimiento y valoración de su identidad cultural.

Con base en los resultados del estudio, se evidencia que es necesario ampliar los canales de difusión de la cultura local mediante el uso de la red social Facebook. Dado que la fan page de la Unidad Educativa Eloy Alfaro constituye un medio de comunicación directo entre los

estudiantes, se considera pertinente implementar una propuesta comunicacional cercana y accesible que incorpore capacitación, diseños y pautas para la creación de campañas digitales. Esta iniciativa permitirá fortalecer la participación de los estudiantes, docentes y ciudadanía en general de la parroquia San Blas en torno al reconocimiento y promoción de su cultura local.

RECOMENDACIONES

La presente investigación permitió comprender, de manera general, el nivel de acercamiento que mantienen los estudiantes de la Unidad Educativa Eloy Alfaro con las redes sociales. Los resultados obtenidos, en concordancia con estudios similares, evidencian que estas plataformas forman parte integral de la vida cotidiana de los adolescentes. En este contexto, se considera necesario orientar a los estudiantes hacia un uso adecuado, crítico y responsable de las redes sociales y de la información que circula en ellas. Asimismo, se resalta el rol fundamental de los padres de familia y de la institución educativa en la regulación del tiempo de uso y en la promoción de buenas prácticas digitales.

Se recomienda que la institución implemente y consolide espacios formativos en redes sociales como parte de su estrategia comunicacional, tomando la propuesta de esta investigación como línea base para diseñar capacitaciones específicas en creación de contenidos digitales, uso responsable de plataformas, manejo del lenguaje y estrategias de difusión cultural. Asimismo, se sugiere que el cuerpo docente articule estas acciones con actividades curriculares y comunitarias, empleando herramientas y recursos comunicacionales que promuevan la participación activa de estudiantes y la vinculación con el entorno local, garantizando la sostenibilidad y continuidad de las iniciativas tecnológicas en la institución.

Se recomienda socializar los resultados de la presente investigación entre los estudiantes de bachillerato de la institución, con el propósito de fomentar la reflexión sobre la importancia del uso responsable de las redes sociales. Asimismo, esta difusión permitirá dar a conocer la iniciativa surgida a partir de los datos obtenidos, con el fin de identificar a los estudiantes interesados en contribuir en la generación de contenido para la página institucional y en el desarrollo de propuestas digitales que promuevan la difusión cultural desde una perspectiva cercana a su realidad.

Los resultados de la presente investigación requieren ser divulgados en espacios locales donde exista interés por el fomento cultural, con el fin de vincular esta iniciativa no solo con la Unidad Educativa Eloy Alfaro, sino también con gestores culturales, entidades públicas y organizaciones privadas. Esto permitirá promover acciones conjuntas en las que Facebook se constituya como el principal medio de difusión digital. Asimismo, la investigación puede servir como insumo para el diseño de campañas digitales tal como la planteada o productos similares que beneficien a los actores culturales de la localidad. Del mismo modo, se espera que este trabajo incentive a futuros investigadores a profundizar en esta temática, dada su relevancia para los ámbitos educativo, social y cultural, generando nuevas iniciativas que mantengan viva la cultura y aprovechen las ventajas de la comunicación digital.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar Paliz, M. A. (2025). *Impacto del consumo de redes sociales en la interacción comunicativa de los adolescentes entre 15-17 años de edad en la Unidad Educativa Vicente Rocafuerte, periodo julio-diciembre 2022* (Bachelor's thesis, Riobamba).
- Alvarado, R., Pinto, H., & Herrera, A. (2020). El consumo de redes sociales en adolescentes ecuatorianos. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, 10(11), 72–87. <https://doi.org/10.37135/chk.002.11.06>
- Arellano, D. R. V., Naranjo, R. O. A., Moreira, M. L. Z., & Valle, G. F. O. (2024). EL USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK. DataReportal. (2025). *Digital 2025: Ecuador*. We Are Social & Kepios. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-ecuador>
- Chávez, E. W., & Barahona, C. F. (2024). Influencia de las redes sociales en el proceso educativo de los estudiantes del tercer año de Bachillerato de Informática de la Unidad Educativa Pichincha (Ecuador). *Revista Espacios*, 45(1), 43-50.
- DataReportal. (2025, enero). *Informe digital global 2025*. We Are Social & Meltwater. Actualiza las cifras de usuarios y el papel de Facebook como red de comunicación y marketing. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview>
- Del Barrio Fernández, Á., & Fernández, I. R. (2014). Los adolescentes y el uso de las redes sociales. *Revista INFAD de Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 3(1), 571-576.
- Freire Medina, J. M. (2024, 5 de agosto). *Influencia de las redes sociales en el estado de ánimo de los estudiantes del bachillerato de la Unidad Educativa Alberto Enríquez de la ciudad de Atuntaqui* (Tesis de licenciatura). Universidad Técnica del Norte. <https://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/16319>
- García Moreno, M. (2021). Comunicación y plataformas digitales como herramientas de visualización, caso San Antonio de Ibarra. Quito: UCE. Disponible en: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/24154>
- García-Ruiz, R. y Pérez-Escoda, A. (2020). Comunicación y Educación en un mundo digital y conectado. *Presentación, Icono 14*, 18 (2), 1-15. doi: 10.7195/ri14.v18i2.1580
- Gómez-López, J. C., & Mera-Sornoza, M. B. (2023). La evolución de la comunicación humana en las plataformas digitales. *Polo del Conocimiento*, 8(1), 632–646. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/5093/12369>
- González Reyes, R., Amaya Trujillo, J. C., Rodríguez Barrientos, A. V., Tellez Sainz, L. I., Giraldo Ramírez, M. E., Ramírez Plascencia, D., & Chávez Blanco, B. E. C.

- (2022). Acercamientos epistemológicos, históricos y metodológicos a la cultura digital.
- León Alberca, T. B., & Morocho Poma, B. X. (2021). *Análisis de las estrategias de comunicación digital aplicadas en las redes sociales Facebook e Instagram de dos centros de educación continua, durante la emergencia sanitaria por la COVID-19 periodo mayo - julio 2020* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Loja]. <https://dspace.unl.edu.ec/handle/123456789/24157>
- López, I., Armando, M., & Naranjo, J. P. (2013). *Jóvenes y Facebook: socialidad mediada e interacciones sociales*. Rodríguez Salazar Tania y Rodríguez Morales Zeyda (coords.) *Socialidades y afectos: vida cotidiana, nuevas tecnologías y producciones mediáticas*. Guadalajara, Jal., Universidad de Guadalajara.
- Masip, P., Guallar, J., Peralta, M., Ruiz, C., & Suau, J. (2015). Audiencias activas y periodismo: ¿ciudadanos implicados o consumidores motivados? *Brazilian Journalism Research*, 11(1), 240-261.
- Navarro Valero, M., Pérez-Escoda, A., & Contreras Pulido, P. (2021). Comunicación interactiva y contenidos generados por usuarios en redes sociales. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (52), 1–16. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2021.i52.03>
- Nenzen, G. A. (2024). Impacto de las redes sociales en la educación e identidad de la cultura digital juvenil. *Revista Contacto*, 4(2), 276-290. https://www.researchgate.net/publication/388700249_Impacto_de_las_redes_social_es_en_la_educacion_e_identidad_de_la_cultura_digital_juvenil
- Quimí, X. (2022). Análisis de la funcionalidad de una red social: “Descubre sus características como medio digital”. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/358859364_Analisis_de_la_funcionalidad_de_una_Red_Social_Descubre_sus_caracteristicas_como_Medio_Digital
- Quiroz, J. (2003). La comunicación como función esencial del lenguaje en el intercambio social. *Revista ESPACIOS*, 40(39). <https://www.revistaespacios.com/a19v40n39/19403912.html>
- Rojas Alanya, M. (2019). *Elementos de la comunicación*. Monografía de pregrado, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Recuperado de <https://repositorio.une.edu.pe/server/api/core/bitstreams/54f6c088-2ada-45e5-96bd-10a697b34c8f/content>
- Sampedro, V. (2023). *Comunicación y sociedad: Opinión pública y poder*. Recuperado de https://victorsampedro.com/wp-content/uploads/2023/01/Comunicacio%CC%81n_y_Sociedad_Opinio%CC%81n-Pu%CC%81blica_y_Poder.pdf

- Sánchez Muniz, C. R. (2025). Estrategias de comunicación digital de Facebook y su impacto en la programación de la identidad cultural en Manabí.
- Tamboleo García, R. (2021). Medios sociales o redes sociales: conceptualización y metodología para sociología en español. *Revista Inclusiones*, 8(Especial), 354–369. <https://hal.science/hal-03264071/>
- Toledo Jofré, M. I. (2012). Sobre la construcción identitaria. *Atenea (Concepción)*, (506), 43-56.
- Viturco Flores, J. A. (2024). *Uso de las redes sociales y la procrastinación académica en estudiantes de una unidad educativa fiscomisionada al sur de Quito-Ecuador en el periodo académico 2023-2024* (Bachelor's thesis).
- Zárate, M. E. C. (2025) Influence of digital social media platforms to tertiary students' English writing skills. *International Journal of Environmental Sciences*, 6(2), 45–58.*
<http://theaspd.com/index.php/ijes/article/view/819>

ANEXOS

Anexo 1

Código QR de acceso al repositorio de piezas comunicacionales de la propuesta



Anexo 2

Link de de acceso al repositorio de piezas comunicacionales de la propuesta

<https://acortar.link/OgIVGM>

Anexo 3

Encuesta aplicada a los estudiantes de la Unidad Educativa Eloy Alfaro

ENCUESTA: ANÁLISIS DEL USO DE FACEBOOK COMO HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN CULTURAL

OBJETIVO: La presente encuesta tiene por objeto, analizar el uso de Facebook como herramienta de difusión cultural en los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Eloy Alfaro, parroquia San Blas, cantón Urcuquí. (MARQUE CON UNA X EN LA RESPUESTA DE SU ELECCIÓN)

1. **Edad**
2. **Sexo**
Masculino: Femenino
3. **Curso**
Primero de Bachillerato Tercero de Bachillerato
Segundo de Bachillerato
4. **¿Tienes una cuenta activa en Facebook?**
Si No
5. **¿Qué otras redes sociales usas con frecuencia?**
Instagram WhatsApp Youtube
TikTok X (Twitter) Otra
6. **¿Cuántas horas al día usas Facebook?**
Menos de 1 hora Entre 2 y 4 horas
Entre 1 y 2 horas Más de 4 horas

7. ¿Con qué frecuencia interactúas con publicaciones culturales (música, arte, literatura, documentales, historia, tradiciones)?

Nunca A veces Siempre
 Rara vez Frecuentemente

8. ¿Qué tipo de contenido compartes en Facebook con mayor frecuencia? (Puedes marcar más de una)

Memes Contenido cultural Videos
 Noticias Fotografías Personales

9. ¿Sigues páginas o grupos relacionados con cultura (música, arte, literatura, documentales, historia, tradiciones)?

Si No

10. ¿Formas parte de algún grupo o página de Facebook relacionado con temas culturales (música, arte, literatura, documentales, historia, tradiciones)?

Sí No estoy seguro
 No

11. ¿Has visto contenido cultural ecuatoriano (danzas, gastronomía, costumbres, música, etc.) en Facebook?

Frecuentemente Casi nunca
 A veces Nunca

12. ¿Compartes o publicas contenido relacionado con tu cultura o tradiciones locales en Facebook?

Sí, frecuentemente Muy rara vez
 A veces Nunca

13. ¿Crees que Facebook ayuda a difundir la cultura local entre los jóvenes?

Sí, mucho Poco
 Sí, en parte No

14. ¿Te sientes identificado/a con los contenidos culturales que ves en Facebook?

Sí A veces
 No

15. ¿Consideras que el uso de Facebook ha influido en cómo percibes tu identidad?

Positivamente No ha influido
 Negativamente

16. ¿Has visto publicaciones sobre cultura local de Urcuquí o San Blas en Facebook?

Si No

17. ¿Qué tipo de contenido cultural prefieres en Facebook?

Música y danza tradicional
 Fiestas y celebraciones locales
 Historia y patrimonio del cantón
 Arte (pintura, escultura, literatura)
 Otro: _____

18. ¿Interactúas (comentas, compartes o reaccionas) con contenido cultural en Facebook?

Sí, frecuentemente	<input type="checkbox"/>	Rara vez	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>	Nunca	<input type="checkbox"/>

19. ¿Qué tipo de publicaciones culturales generas o compartes tú mismo?

Fotos o videos de fiestas y tradiciones	<input type="checkbox"/>
Opiniones sobre temas culturales	<input type="checkbox"/>
No suelo publicar contenido cultural	<input type="checkbox"/>
Otro: _____	

20. ¿Qué reacciones ves con más frecuencia en publicaciones culturales?

Me gusta / Me encanta	<input type="checkbox"/>
Comentarios con opiniones	<input type="checkbox"/>
Compartidos	<input type="checkbox"/>
No se interactúa mucho	<input type="checkbox"/>

21. ¿Crees que los comentarios en las publicaciones culturales influyen en tu forma de pensar o sentir sobre la cultura?

Sí	<input type="checkbox"/>	No estoy seguro	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>		

22. ¿Consideras que Facebook es una buena herramienta para difundir cultura entre los jóvenes?

Sí	<input type="checkbox"/>	No estoy seguro	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>		

23. ¿Crees que Facebook influye en tu identidad cultural?

Sí	<input type="checkbox"/>	No estoy seguro	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>		

24. ¿Te gustaría que se publiquen más contenidos culturales de tu parroquia o cantón en Facebook?

Sí	<input type="checkbox"/>	No me interesa	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>		

25. ¿Estarías dispuesto(a) a participar activamente en la creación de contenido si se crea una página de Facebook dedicada a compartir información cultural?

Sí	<input type="checkbox"/>	No me interesa	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>		

26. ¿Cómo aportarías a la difusión cultural del cantón Urcuquí a través de Facebook?

.....

.....

.....

GRACIAS POR TU TIEMPO

Anexo 4

Entrevistas semi-estructuradas a los actores claves

a) Entrevista a la Autoridad institucional Msc. Fausto Cruz

1. ¿Qué importancia tienen las actividades culturales dentro del proyecto educativo institucional de la Unidad Educativa “Eloy Alfaro”
2. ¿La institución desarrolla actividades específicas relacionadas con la identidad cultural local? ¿podría mencionar algunos ejemplos?
3. ¿Existen convenios o alianzas con instituciones culturales, municipios u organizaciones comunitarias que contribuyan al desarrollo de actividades culturales dentro o fuera del plantel?
4. ¿Considera que los estudiantes muestran interés y participación en estas actividades culturales?
5. ¿Qué rol tienen las redes sociales, especialmente Facebook, en la difusión de las actividades culturales?
6. ¿Cómo valora el impacto educativo y social del uso de Facebook en relación con la formación cultural e identitaria de los estudiantes?
7. ¿La institución ha propuesto o estaría dispuesta a proponer algún proyecto comunicacional en Facebook que fortalezca la identidad y cultura local desde la perspectiva estudiantil?

b) Entrevista Promotor cultural GAD Urcuquí Lic. Cecilia Echeverría

1. ¿Cuál es la misión de la Dirección de Cultura del Municipio de Urcuquí en relación con la promoción del patrimonio y las expresiones culturales locales?
2. ¿Qué actividades o programas culturales se desarrollan en la parroquia San Blas o en el cantón Urcuquí dirigidos a jóvenes o estudiantes?
3. Desde su perspectiva institucional, ¿qué papel han jugado las redes sociales, especialmente Facebook, en la promoción de la Cultura local?
4. ¿Qué tipo de contenidos culturales se han difundido a través de Facebook desde la Dirección de Cultura? ¿Cuáles han tenido mayor alcance o participación?
5. ¿Con qué frecuencia publican los contenidos culturales en Facebook? ¿Existe una planificación o calendario de publicaciones?
6. ¿Han desarrollado alguna iniciativa dirigida específicamente a estudiantes o jóvenes utilizando esta red social? ¿Podría compartir algún resultado o experiencia destacable?
7. ¿Considera que los estudiantes de bachillerato tienen interés por los contenidos culturales que se difunden en redes? ¿Qué tipo de contenido cultural podría conectar más con ellos?
8. ¿Cree que el uso de Facebook puede influir en la identidad cultural de los jóvenes del cantón? ¿De qué manera?

c) Entrevista Gestor cultura Sra. Mónica Guzmán

1. ¿Qué tipo de proyectos culturales ha desarrollado usted en la parroquia San Blas o en el cantón Urcuquí? ¿Cuál ha sido el enfoque principal de estas iniciativas?
2. ¿Ha utilizado alguna vez las redes sociales, en particular Facebook, como parte de la estrategia de difusión de esos proyectos? ¿Por qué sí o por qué no?

3. ¿Qué tipo de público ha logrado alcanzar con sus proyectos culturales, especialmente aquellos difundidos a través de Facebook?
4. ¿Qué tipo de contenidos culturales considera más efectivos para difundir en Facebook? (Videos, fotografías, eventos en vivo, infografías, publicaciones escritas, etc.)
5. ¿Cuánto considera que la comunicación, en sus diferentes formas, contribuye al éxito y visibilidad de los proyectos culturales y a la difusión de la identidad local?
6. ¿Cuál cree que es el papel de Facebook en la promoción y preservación de la identidad cultural local, especialmente entre los jóvenes?
7. Desde su experiencia, ¿los estudiantes de bachillerato participan activamente en actividades culturales promovidas en redes sociales?
8. ¿Cómo evalúa el impacto de las redes sociales en el conocimiento y la apreciación de la cultura local entre los adolescentes?
9. ¿Estaría dispuesto a colaborar con un producto comunicacional en Facebook que busque visibilizar la cultura local desde la mirada de los estudiantes?

Anexo 5

Matriz de Operacionalización de Variables

Objetivo	Instrumento	Variable	Dimensión (Categoría)	Indicador	Procedimiento	Ítem de Análisis
OG: Analizar el uso de la red social Facebook como herramienta de difusión cultural en los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Eloy Alfaro	Encuesta	Uso de Facebook	1. Frecuencia de uso	Tiempo de conexión a Facebook y tipo de interacciones realizadas	Se aplicará una encuesta a los estudiantes para conocer la frecuencia y el tipo de uso de Facebook	¿Cuántas horas al día usan Facebook? ¿Con qué frecuencia interactúan con publicaciones culturales? ¿Qué tipo de contenido suelen compartir? ¿Participan en grupos o comunidades culturales?
			2. Contenido consumido	Tipos de publicaciones más vistas e interacciones con contenido cultural	Se analizarán publicaciones más consumidas y se identificará si están relacionadas con temas culturales	¿Qué tipo de publicaciones culturales consumen los estudiantes en Facebook? ¿Interactúan más con contenido local o global? ¿Qué temas culturales consideran más relevantes? ¿Comparten contenido cultural propio o solo consumen?
OE1: Identificar los principales hábitos de uso de Facebook entre los estudiantes	Encuesta	Uso de Facebook en la educación	1. Propósito de uso	Uso académico, recreativo o cultural de la red social	Se aplicará una encuesta para determinar el propósito principal del uso de Facebook	¿Usan Facebook para fines educativos, recreativos o culturales? ¿Cuáles son las principales motivaciones para usar Facebook? ¿Qué beneficios perciben en el uso de la red social? ¿Consideran que el uso de Facebook influye en su identidad cultural?
OE2: Examinar la presencia y difusión de contenido cultural en Facebook	Encuesta	Difusión cultural en Facebook	1. Tipos de contenidos culturales	Cantidad y tipo de publicaciones culturales generadas por los estudiantes	Se analizarán publicaciones y grupos de estudiantes que promuevan la cultura en Facebook	¿Qué tipos de publicaciones culturales generan los estudiantes? ¿Qué características tienen los contenidos más compartidos? ¿Cuáles son las temáticas culturales más recurrentes? ¿Se generan

						debates o discusiones culturales?
			2. Impacto del contenido cultural	Número de interacciones en publicaciones culturales	Se realizará un análisis de las interacciones en publicaciones culturales para evaluar su alcance	¿Cuántas interacciones tienen las publicaciones culturales realizadas por estudiantes? ¿Qué tipos de reacciones predominan en estos contenidos? ¿Hay diferencias en el impacto según el tipo de contenido? ¿Influyen los comentarios en la percepción cultural?
OE3: Determinar la percepción de los estudiantes sobre el uso de Facebook como herramienta de difusión cultural	Encuesta	Percepción del uso de Facebook	1. Opinión sobre la utilidad	Opinión de los estudiantes respecto al uso de Facebook como medio de difusión cultural	Se aplicarán encuestas para conocer la percepción de los estudiantes	¿Consideran que Facebook contribuye a la difusión de la cultura local? ¿Qué ventajas identifican al usar Facebook para difundir cultura? ¿Existen desventajas o limitaciones? ¿Facebook fomenta el diálogo intercultural?
OE4: Proponer un producto comunicacional utilizando Facebook para fortalecer la difusión cultural	Encuesta y validación	Producto comunicacional en Facebook	1. Impacto del contenido	Interacción y alcance del contenido propuesto	Se validará el producto comunicacional mediante encuestas sobre su impacto en la difusión cultural	¿Qué nivel de interacción generan las publicaciones propuestas? ¿Qué estrategias pueden aumentar el alcance cultural? ¿Qué tipo de contenido genera mayor participación? ¿El contenido fue comprendido y valorado por los estudiantes?

Objetivo	Instrumento	Variable	Dimensión	Indicador	Procedimiento	Preguntas guía para entrevista
Objetivo General: Analizar el uso de Facebook como herramienta de difusión cultural entre estudiantes de bachillerato.	Entrevista	Funcionalidad de Facebook en la difusión cultural	Percepción institucional y comunitaria sobre el rol de Facebook	Opiniones, observaciones y experiencias sobre el uso de Facebook como medio cultural	Aplicación de entrevistas a actores clave	¿Considera que Facebook puede ser una herramienta efectiva para promover la cultura local en jóvenes? ¿Qué beneficios o riesgos identifica en el uso de redes sociales para fines culturales?

						¿Se ha trabajado con estudiantes en iniciativas culturales digitales?
Objetivo Específico 1: Identificar los hábitos de uso de Facebook entre los estudiantes.	Entrevista	Uso de Facebook por estudiantes	Comportamientos digitales analizados	Opiniones sobre el tiempo, contenido e interacción cultural	Recolección de percepciones desde el contexto educativo y cultural externo	¿Qué percepción tiene sobre el uso que los estudiantes hacen de Facebook? ¿Qué tipo de contenido consumen y comparten más? ¿Se relacionan los jóvenes con temas culturales en esta red social?
Objetivo Específico 2: Examinar la presencia de contenido cultural en páginas y grupos de Facebook.	Entrevista	Difusión cultural en Facebook	Tipos de contenidos difundidos	Frecuencia, características y recepción del contenido cultural	Exploración de experiencias de uso de redes sociales para fines culturales	¿Qué tipo de contenidos culturales considera que se difunden con mayor éxito en Facebook? ¿Existen páginas, grupos o campañas culturales en Facebook dirigidas a jóvenes en Urcuquí? ¿Cuál es la participación de los estudiantes en esos espacios?
Objetivo Específico 3: Determinar la percepción sobre el uso de Facebook como herramienta cultural.	Entrevista	Percepción sobre Facebook cultural	Opiniones sobre impacto educativo y social	Evaluación cualitativa de la funcionalidad cultural de la red social	Análisis discursivo desde tres perspectivas: educativa, artística y municipal	¿Cuál es su percepción sobre el impacto de Facebook en la formación cultural de los estudiantes? ¿Cree que esta red puede generar procesos educativos o formativos? ¿Qué papel juega la cultura digital en la identidad juvenil?
Objetivo Específico 4: Proponer un producto comunicacional para fortalecer la difusión cultural.	Entrevista	Propuesta de acción comunicacional	Estrategias de comunicación cultural local	Ideas, recursos y viabilidad de una campaña cultural digital	Levantamiento de sugerencias e ideas de los actores involucrados	¿Qué tipo de producto comunicacional considera más adecuado para fomentar la cultura en estudiantes a través de Facebook? ¿Qué contenidos o formatos tendrían mayor impacto? ¿Qué actores deberían participar en el diseño y ejecución de la propuesta?