



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXTENSIÓN QUEVEDO**

**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE**  
**GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**  
**LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

COMUNICACIÓN DIGITAL Y SU INFLUENCIA EN LA IDENTIDAD  
CULTURAL DE LOS ADOLESCENTES DEL SECTOR VIOFA DE  
LA PARROQUIA SAN CAMILO DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO  
2022

**AUTOR/A:**

GARCIA GUERRERO EMILY YUSTIN

**TUTOR/A:**

MSC. DUARTE MENDOZA MAYRA DEL ROCÍO

**QUEVEDO – ECUADOR**

**2022**

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación está inmerso en la sublínea de investigación de la carrera de comunicación social relación de la comunicación en la inteligencia y identidad cultural.

El objetivo principal es analizar la comunicación digital comunicación digital y su influencia en la identidad cultural de los adolescentes del sector Viofa de la parroquia San Camilo del cantón Quevedo, año 2021.

En la actualidad la comunicación digital se ha visto inmersa en los diversos cambios que ha generado una diversidad de cambios culturales, como son sus diversas costumbres, tradiciones, forma de dialogar, vestir entre otros factores han hecho una situación emblemática donde en pleno siglo XXI, se han establecido cambios de acorde a su entorno situacional y cultural.

A demás hay que destacar que dentro de la segmentación a desarrollarse a continuación se amplifica de manera globalizada una encuesta como la comunicación digital influye en la identidad cultural de los adolescentes en el sector establecido donde se ejecutará la investigación, a su vez determinando las dos variables tanto dependiente como independiente.

El proyecto de investigación está compuesto por introducción, desarrollo, justificación, objetivo general, sustento teórico, técnicas aplicadas para la recolección de la información, resultados obtenidos. Conclusiones. bibliografía y anexos.

# DESARROLLO

## 1.1. Justificación

El presente estudio investigativo se basa en la comunicación digital y su influencia en la identidad cultural del sector Viofa, de la parroquia San Camilo, cantón Quevedo.

La comunicación digital ha cambiado de una manera globalizada, el mismo que ha fundamentado que la identidad cultural genere cambios positivos y negativos en las sociedades, haciendo de ello también que los adolescentes tanto a nivel nacional como regional, se jerarquicen y hagan a un lado costumbres pasadas de acorde a su nacionalidad y lugar donde residan, por ende se observa que la comunicación digital no enfoca en un gran porcentaje temáticas que realcen la cultura, a su vez enfatizan criterios proporcionales a los adolescentes.

Sin embargo, la comunicación digital ha bajado en gran porcentaje los reportes culturales, y esto hace que gran parte de los adolescentes no generen conocimientos intuitivos sobre la identidad cultural, en los cuales ellos puedan receptar y a su vez emitir comentarios positivos y gubernamentales hacia los demás, teniendo en cuenta la sistematización entre cambios culturales, costumbres, tradiciones y demás aspectos que hacen de ello una situación emblemática y constante.

Mediante diferentes técnicas e instrumentos se logrará identificar, que influencia determina la comunicación digital y la identidad cultural en el sector de campo a investigar, el cuál desarrollará respuestas concretas y cuantitativas durante la investigación realizada.

## 1.2. Objetivo

### 1.2.1. Objetivo General

Analizar la comunicación digital y su influencia en la identidad cultural de los adolescentes del sector Viofa de la parroquia San Camilo del cantón Quevedo, año 2021.

## 1.3. Sustento teórico

### 1.3.1. *Comunicación Digital*

La comunicación digital ha reflejado en un gran porcentaje cambios colaterales en las formas de comunicación, por ende, si nos enfocamos en las formas comunicacionales ancestrales, de acorde a la protagonización del hombre haciendo énfasis conjuntamente con la comunicación tradicional, donde anteriormente no existían avances tecnológicos como en pleno siglo XXI. Es así que la comunicación digital se ha globalizado y extendido con muchos recursos emblemáticos, sistemáticos conjuntamente enlazados con scripts, los mismos que permiten que esta comunicación sea codificada y a su vez reciba una relación comunicacional, rápida mediante la red web 3.0, generando información a través de diversas plataformas digitales donde llegue la información al usuario de manera eficaz e inmediata.

Según lo que señala, (Orihuela, 2022); internet ha provocado un efecto paradójico en la comunicación, pues por una parte se ha desprofesionalizado (en la red cualquier persona actúa como emisor o productor de contenidos) y por otra parte se ha especializado fragmentando el conocimiento en infinidad de parcelas.

La comunicación digital, también conocida como comunicación de datos o transmisión de datos, es la transferencia de información o datos mediante señales digitales a través de un canal punto a punto. Una conexión P2P indica un modo de comunicación entre dos puntos finales de comunicación, (Benavides, 2021).

La comunicación mediante procesos digitales es una técnica de comunicación en la que los pensamientos, los datos o la información se codifican digitalmente como señales discretas. Estas señales se transfieren electrónicamente a los destinatarios. Se trata de la transferencia de datos, ya sea por señal analógica digitalizada o por flujo de bits digital, a través de canales de comunicación punto a punto o punto a multipunto. Estos canales pueden ser de muchos tipos. Por ejemplo, hay medios de almacenamiento, fibras ópticas, buses informáticos, canales de comunicación inalámbricos, (Benavides, 2021).

Hay que simbolizar que muchos usuarios e incluso empresas de todos los niveles utilizan esta forma de comunicación digital, ya que es muy reconocida y principalmente por la inmediatez que genera el mismo factor comunicacional, información que proviene específicamente del teclado de un ordenador, un teléfono Android o a su vez realizando la transferencia inmediata desde varias plataformas digitales.

### **Características digitales**

La principal característica de la comunicación digital es que puedes elegir cuándo y con quién quieres comunicarte, incluso si la persona está en otra parte del mundo. Además, aunque la otra persona esté al otro lado del mundo, el mensaje se transmite al instante. Esta velocidad es buena pero mala a la vez. Los mensajes viajan rápido, pero a veces uno escribe cosas de las que luego se puede arrepentir, (Benavides, 2021).

Otra característica es que en la comunicación digital, la comunicación en un dispositivo digital suele limitarse a la pantalla y los altavoces del aparato. Por lo que se transmite una información limitada, que a veces se puede interpretar de forma errónea.

A menudo hay que codificar y decodificar texto, abreviaturas o emojis, (Benavides, 2021).

Con la comunicación digital, puedes estar en contacto con personas que tienen intereses similares y que, de otro modo, nunca se conocerían. Es una forma de socializar y conocer nuevas ideas al mismo tiempo. Por ejemplo, puedes unirte a un grupo de redes sociales de personas que comparten tu misma afición y a partir de ir comentando posts, fotos, enviando mensajes, etc. llegar a conocer gente nueva, (Benavides, 2021).

Es una oportunidad para crear y mantener relaciones con las personas. Es decir, es la forma de comunicarse utilizando canales online. Estos soportes digitales o herramientas permiten a empresas e instituciones el flujo de información constante, así como la interacción, tanto con públicos internos como externos, (Revelo, 2021).

Además, el entorno de red estático o impersonal ha producido una red de tecnología más humana, llena de vida, interacción y evolución. A partir del feedback de nuestros clientes o usuarios, se obtiene un gran potencial para conocer de forma directa la eficiencia y eficacia de nuestra información.

### **Función de la comunicación digital**

La comunicación digital es fundamental en la actualidad, si una empresa desea alzarse y diferenciarse en el mercado. La inmediatez, la cercanía que demanda la población y el aumento de la competencia en el mercado han hecho de las funciones de la comunicación digital la clave del éxito. Desarrollar una estrategia de comunicación digital va a permitir a la empresa establecer y mejorar la relación con su público objetivo. Lo que le permitirá conocer de primera mano sus necesidades y preferencias. Además, la utilización de los distintos tipos de comunicación digital es una manera eficiente de difundir el mensaje y valores de la empresa, (Riviera, 2020).

Estas dos funciones son las más importantes y que engloban otras muchas más como conectar de manera más eficiente con los consumidores, analizar los resultados de las estrategias más rápido, y facilita la respuesta a dudas o quejas. Todo esto está enfocado a conseguir una mayor visibilidad, un aumento de clientes y por consiguiente una mayor rentabilidad, (Riviera, 2020).

Sin embargo, cabe recalcar que, la comunicación digital ha generado cambios extraordinarios en la actualidad, el mismo que se ha encargado de generar de sistematizar cambios comunicacionales usando a su vez las herramientas Tics, que son privilegiadas mediante diversos métodos formales en los cuáles existe el positivismo de mejorar la calidad de información mediante diversos canales de información, además es el protagonista de la era digital.

### **Tipos de Comunicación Digital**

Hay diferentes tipos de comunicación digital que ofrecen distintos resultados. Aquí profundizamos en los más importantes.

#### **Email**

Saber utilizar y aprovechar las ventajas del correo electrónico va a suponer una clara ventaja para la empresa. La comunicación que se desarrolla a través del correo electrónico es fluida y dinámica, con la posibilidad de realizar encuestas por parte de la empresa y de expresar las quejas por parte de los clientes.

#### **Redes sociales**

Desarrollar un buen uso de las redes sociales puede generar grandes beneficios y lograr los objetivos principales. A través de las redes sociales se mejora la imagen de la marca. Se establece una relación empresa-usuario y se difunde los valores a través de los empleados. Las redes sociales se han convertido en el mejor escaparate de las empresas, donde mostrar y difundir los valores y mensajes relevantes.

## **Web propia**

En el mundo en el que vivimos no contemplamos una empresa sin un sitio web. Tener una página web con un buen diseño y un buen funcionamiento es esencial para la supervivencia de la empresa. La página web es lo primero que ven los usuarios, por lo que hay que tratarla como la carta de presentación de nuestra web al mundo.

Hay que tener en cuenta que la web debe transmitir y difundir los valores de la marca. Todo tiene que tener sentido y relación entre ellos. Los colores, las imágenes, la distribución de los contenidos, el slogan, etc, son detalles que el usuario va a detectar y por lo que va a tomar la decisión de seguir en la web o no.

El diseño de una página web es definitivo para unos buenos resultados. Aunque no solo vale con un buen diseño, sino también un buen funcionamiento y que sea adaptable a los diferentes dispositivos, (Florenti, 2021).

Se logra sintetizar que, mediante las diversas tipologías que existen de comunicación digital el usuario puede comunicarse de manera inmediata, generando un dialecto de información bidireccional, desde diversos puntos del país incluso en el área tecnológico donde día a día la ciencia avanza con generaciones multimediales, sistemáticas para el uso respectivo, casual y perspectiva de cada usuario que desee desempeñar el uso web

## **La comunicación digital y adolescentes**

La comunicación digital y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han tenido como efecto principal el haber intensificado o fortalecido la interrelación entre los adolescentes, que ya no se limita a los encuentros físicos, sino que se realiza de forma más o menos permanente, (Sánchez & Crespo, 2017).

Las relaciones “virtuales” no sustituyen en general a las relaciones “físicas”, sino que ambas coexisten para tratar de satisfacer la necesidad de estar con los iguales que caracteriza a los adolescentes, es posible estar en contacto con otros adolescentes sin el control de los padres y madres y sin las restricciones de los encuentros físicos, que ahora pueden mantenerse a cualquier hora del día o de la noche. (Sánchez & Crespo, 2017).

Adolescentes y jóvenes utilizan las tecnologías de la información y la comunicación para hacer las mismas cosas que han hecho otras generaciones de adolescentes y jóvenes que no disponían de estas tecnologías: hablar con los amigos, quedar con ellos, informarse de lo que pasa en su entorno, realizar un sinnúmero de actividades, ejercer una coordinación mediante las diversas herramientas que fortalecen la comunicación digital, (Sánchez & Crespo, 2017).

Una de las principales conclusiones predecibles para los nativos digitales es que estar en línea regularmente es una prioridad para los jóvenes. Los teléfonos inteligentes y las redes inalámbricas les han permitido lograr la comunicación ubicua que necesitan para poder conectarse con otros en cualquier momento y en cualquier lugar. En cuanto al uso de las diferentes redes sociales, los jóvenes eligen una red en función de las preferencias de su grupo. O lo mismo, se presentan digitalmente donde están otras personas.

### 1.3.2. Identidad cultural

La interacción con el medio digital exige formación, educación y mucha actualidad. Por eso es fundamental y necesario que en las todas las escuelas y desde los primeros años de estudio se enfatice sobre la educación tecnológica, pues como se ha

dicho las TIC hacen parte del funcionamiento del mundo, por lo que se refiere a la consecución de grandes proyectos y al desarrollo de las industrias, (Sánchez A. , 2018).

Hay que tener en cuenta la evolución, los grandes logros y la velocidad a la que se mueve el mundo moderno, es decir en unos cuantos años todo funcionará sistemáticamente, para entonces cada ser que habite el planeta deberá estar formado culturalmente en medios interactivos y comunicación digital, para poder subsistir (alfabetización digital), (Sánchez A. , 2018).

Así pues, la cultura digital debe propagarse como una herramienta multiplicadora (un medio, no un fin) que permita el acceso a los lugares más apartados y los individuos tengan la oportunidad de aprender sobre las tecnologías de la información con bibliotecas electrónicas que contribuyan a un conocimiento amplio de la información y puedan ir supliendo todas esas necesidades de comunicación superficial por un modelo de comunicación más moderna (y con sentido) que genere un mejor bienestar y progreso, (Sánchez A. , 2018).

### **Importancia de la identidad cultural**

En un mundo cada vez más globalizado donde internet y la forma de interactuar a través de las redes sociales han abierto el campo del conocimiento y ha permitido conocer nuevas culturas que sin duda han enriquecido tanto socialmente como culturalmente la sociedad, es de vital importancia no dejar de lado nuestra verdadera esencia, nuestro sentido de ser, nuestro origen, nuestra historia, nuestro sentido de pertenencia y con ello nuestros valores y trabajar desde los colectivos y entidades locales en proteger y mantener la esencia de fiestas y actividades culturales como identidad local del municipio, (Azansa, 2019).

También sabemos que la identidad cultural se define como un conjunto de características únicas, propias de una cultura o de un grupo, que permiten a sus miembros identificarse y así distinguirse de otras culturas y grupos.

La pérdida de identidad de un pueblo incide directamente con la falta de arraigo y por tanto con el abandono de los pueblos. Pueblos donde nacimos y crecimos y donde compartimos los primeros años de vida donde la familia, los amigos y el tiempo de ocio fueron clave fundamental en lo que somos como personas. Valores y modos de conducta que se conformaron en esos primeros años de vida y que nos acompañarán a lo largo de nuestra vida, vivamos donde vivamos, (Azansa, 2019).

La importancia de la identidad cultural se refleja principalmente en su función de apoyo al desarrollo social y personal de las personas, ya que la identidad cultural permite a las personas desarrollar un sentido de pertenencia y apego al grupo al que pertenecen, de acuerdo con sus características, lo que también les permite para que desarrollen buenas relaciones sociales y así mismo establezcan sus propias identidades.

La identidad cultural puede ser muy relevante en el trato con los demás, especialmente cuando ésta se construye en oposición a otros, o en resistencia a otros. Por otro lado, también puede ser un aliado a la hora de experimentar la sociedad desde un punto de vista más abierto.

El conocimiento y la aceptación de la propia identidad cultural permite enfrentar las ajenas desde la tolerancia y el entendimiento, sin sentir que el modo de hacer las cosas de los demás es una amenaza para las propias.

La identidad cultural forma parte de quien uno es y de la propia historia. Constituye un legado importante que los migrantes llevan consigo y aportan a la sociedad que los recoge, tanto como esta última les ofrece una nueva. Al final, como todas las identidades, la cultural es porosa, móvil, no necesariamente estricta, (Cifuentes, 2020).

### **Elementos de la identidad cultural**

Toda identidad cultural está definida, a grandes rasgos, por algunos de los siguientes elementos:

#### **Lengua.**

Un importante porcentaje de toda identidad cultural reside en el lenguaje, o sea, en el idioma que se habla, pero también en los dialectos geográficos y sociales con los que dicha lengua se habla. Así, por ejemplo, las regiones de una nación pueden tener una identidad cultural distinta a la de otra, a pesar de que profesen la misma identidad nacional, (Cifuentes, 2020).

Hay que recalcar, que cada ciudad, país o región tiene determinante su idioma o lengua natal para poder ejercer un diálogo respectivo de acorde a sus costumbres culturales.

#### **Religión.**

La religiosidad y las tradiciones morales, éticas y místicas de una cultura pueden ser similares o sustancialmente distintas a las de otra, dependiendo de patrones históricos, y ello juega un papel fundamental en la identidad cultural, incluso si se trata

de personas ateas. Por ejemplo, los occidentales tendemos hacia una moral cristiana (católica o protestante), dado que fue la religión mayoritaria durante muchos siglos, (Cifuentes, 2020).

### **Etnia.**

Los orígenes raciales y étnicos suelen incidir importantemente en la identidad cultural, dado que tradicionalmente las comunidades se han agrupado en torno a ideas comunes de raza, cultura y geografía. Por ejemplo, la identidad cultural afroamericana en los Estados Unidos es de las más intensas y combativas, dentro de la identidad nacional estadounidense, (Cifuentes, 2020)

### **Clase social.**

Los estratos sociales de una comunidad también comparten rasgos de identidad cultural que pueden ser exclusivos, o que les permiten identificar entre sí a sus miembros. Una forma de habla, de baile o un imaginario compartido, suelen distinguir las clases obreras de las adinerados, (Cifuentes, 2020).

## **1.4. Técnicas Aplicadas para la Recolección de Información**

### **1.4.1. Técnica e instrumento**

En el desarrollo del proyecto investigativo se utilizó el instrumento de la encuesta la cual se da a conocer a continuación.

Encuesta que fue realizada a los adolescentes del sector, de forma online desde el 18 de Febrero del presente año lectivo, hasta el 10 de Marzo, generándolo desde un link para que los chicos puedan realizar la encuesta, en un tiempo limitado de 5 minutos, la misma que fue desarrollada en jornada matutina desde las 10:00 -11:00

am; y en jornada vespertina desde las 15H00 hasta las 16H00, hasta completar las encuestas de acorde a la población planteada en la investigación

## 1.5. RESULTADOS OBTENIDOS

En el proyecto investigativo se utilizó diversas técnicas de las cuáles se darán a conocer a continuación.

Encuesta: Es una técnica muy utilizada que nos permite estandarizar resultados cuantitativos, mediante una serie de preguntas que se les realiza a los protagonistas de cada investigación a desarrollar, el mismo que nos permitió realizar respuestas concretas de acorde al objetivo planteado, esta técnica es un procedimiento que se enlaza conjuntamente con la investigación descriptiva , a su vez es una de las técnicas más concretas y sencillas porque nos ayuda a recopilar toda la información necesaria para así poder determinar conclusiones generales.

Encuesta que se realizó mediante la plataforma online Google Forms, y la técnica de observación que es muy importante en todo proceso investigativo, ya que permite observar el estudio de campo para poder determinar diversas estructuras y recursos metodológicos el mismo que nos reflejará un resultado cuantitativo donde se llevará a cabo la descripción pertinente de acorde a las 10 preguntas establecidas en el cuestionario a realizar a los moradores perteneciente al sector la Viofa ubicado en la parroquia San Camilo, del cantón Quevedo.

De acorde a las directrices desarrolladas durante el proceso investigativo se logró obtener los siguientes resultados, datos que fueron tomados de la encuesta realizada a los adolescentes del sector La Viofa.

**Pregunta 1 .-** El 65% a adolescentes encuestados en un rango 14-16 años mientras que el 11% dio como resultado entre 10-12 años.

**Pregunta 2.-** El 9% considera que la comunicación digital influye en la identidad cultural de los adolescentes, mientras que el 66% menciona que no, y el 25% se refiere a que tal vez en aquel porcentaje las dos variables.

**Pregunta 3 .-** El 98% de los adolescentes encuestados no conoce ningún medio digital que se enfoque en contenidos digitales, sin embargo el 2% indica que si los conoce.

**Pregunta 4 .-** El 1% de los adolescentes encuestados se considera montubio, 87% mestizo, y el 12% blanco mientras que entre la etnia cultural afrodescendiente e indígena equivalieron al 0%.

**Pregunta 5.-** El 87% de los adolescentes encuestados no se mantiene con las costumbres y tradiciones en el sector Viofa, mientras que el 13% manifiesta que sí , por ende se determina que se debe concientizar las diversas costumbres para así poder darle un enfoque positivo a la identidad cultural.

**Pregunta 6.-** El 72% de los adolescentes encuestados considera que si están de acuerdo en que se elabore una infografía para así conocer sobre la identidad cultural, mientras que el 11% menciona que no está de acuerdo.

**Pregunta 7.-** El 87% de los adolescentes encuestados considera que si deberían emitir más contenidos culturales, mientras que el 13% aporta en que no está de acuerdo con el planteamiento establecido.

**Pregunta 8.-** A los adolescentes, encuestados se estimó que el 67% si conoce sobre la identidad cultural, sin embargo, el 33% considera que no conoce en absoluto sobre esta temática.

**Pregunta 9.-** El 22% de la población encuestada estima que se emplea en los medios digitales contenido cultural, el 16% farándula, el 16% deporte, el 28% noticias generales y el 18% corresponden a criminalística.

**Pregunta 10.-** Indica que el 51% de la población encuestada es género masculino, mientras que el 49 % es género femenino.

- Situaciones detectadas

Durante la investigación determinada en el Sector Viofa se logró determinar mediante las técnicas desempeñadas y desarrolladas los siguientes hallazgos encontrados.

- Se evidenció que muchos de los adolescentes del sector no tienen conocimiento alguno al 100% sobre la vinculación que existe entre la comunicación digital y la importancia que genera el mismo que desempeña una amplitud en la identidad cultura, sus definiciones que enfoca a nivel global y lo importante que es conocer sobre las características, rasgos, costumbres y tradiciones de cada lugar, ciudad, pueblo.
- Sin embargo, se cataloga que muchos de los jóvenes, no concientizan el valor emblemático y cultural que posee una identidad cultural del entorno social y democrático.

- Los adolescentes que no tienen criterio definido sobre la tipología cultural que existe, además de ellos muchos de los acontecimientos que se han venido considerando pertinentemente, se realiza desde la problemática presente en el proyecto investigativo, donde la comunicación digital y su influencia en la identidad cultural no está en grandes resultados positivos en los adolescentes.
- Falta de instrucción académica y cultural por parte de los padres de familia del sector la Viofa, donde no conceden factores comunicacionales que hagan de ello una tipología cultural de acorde a su estatuto condicional, que fortalezcan las diversas tareas mediante canales digitales enlazándolo a su vez con la cultura.
- Incidencia cultural en cada uno de los protagonistas de la investigación, uno de los problemas principales muchos es que de los adolescentes no jerarquizan sus estudios o su conocimiento entre la comunicación digital, si no que derivan factores de la era digital en diversa forma que hace de ello algo no positivo, todo lo contrario, genera confusiones o alteraciones comunicacionales negativas.
- Se han encontrado falencias culturales, se ha focalizado en raíces culturales donde muchos de los adolescentes incitan a que se genere más contenido cultural dentro de las plataformas digitales, medios comunicacionales que en la actualidad tiene su extensión web 3.0, para así ellos lograr determinar resultados positivos y conocer en amplitud sobre la importancia de la identidad cultural y transformación gracias a la comunicación digital que se ha venido actualizando de manera sistemática y globalizada.

#### 1.5.1. Soluciones planteadas

- Luego de haber desarrollado en base al objetivo general que se presenta en la investigación se obtuvo diversos criterios entre los cuáles se detallarán a continuación.
- Elaborar una infografía donde los adolescentes puedan formar un amplio conocimiento sobre los diversos tipos culturales y su relación que genera conjuntamente con la comunicación digital, el mismo que genera un realce positivo para una entidad o identidad que prevalece sus costumbres y tradiciones consecutivamente.
- Realizar talleres de capacitación debe estar apoyada por las personas que representan los valores, tradiciones, hábitos y creencias en el entorno.
- Asesorar a los adolescentes mediante los canales informativos digitales en los cuales puedan sustentarse y conocer a profundidad la vinculación que existe entre ambas variables del proyecto investigativo, tanto dependiente como independiente.

## CONCLUSIONES

De acorde a la investigación realizada se logró constatar que muchos de los adolescentes del sector Viofa mediante la comunicación digital y su influencia conjuntamente la identidad cultural no es un resultado favorable para su entorno, por motivos de que en primera instancia no generan un aporte concreto respecto a las necesidades, costumbres y tradiciones que generaliza cada factor comunicacional que se desempeña dentro del mismo

Además, mediante las encuestas establecidas, y el respectivo trabajo de campo que se realizó usando la técnica de observación se logró determinar las falencias que existen en mencionado sector, de acorde a las dos variables determinantes que se formula de manera ecuánime los diversos puntos tratados de manera detallada en el marco teórico.

Hay que resaltar que, la capacidad que brinda Internet para compartir contenidos creados por los propios adolescentes les facilita fortalecer las relaciones con sus pares, satisfaciendo así su necesidad de sociabilidad, de pertenencia a un grupo y de mantenerse en contacto frecuente con él, además el éxito de Internet entre los adolescentes se debe en gran parte a que esta tecnología hace posible que satisfagamos algunas de las necesidades básicas que surgen durante la adolescencia.

La Internet ha impulsado la creación de un espacio para adolescentes y jóvenes, que básicamente satisface su necesidad de comunicarse, interactuar y socializar con sus amigos. A diferencia del mundo adulto, plagado de obligaciones y reglas, Internet y las redes sociales se configuran como un espacio de diversión, transgresión, socialización y aprendizaje entre iguales. Por eso, para los adolescentes Internet significa ante todo comunicación digital.

Sin embargo se logró determinar mediante las encuestas realizadas a los adolescentes del sector Viofa, las diferentes versiones e incomodidades que respectivamente socializan aquellos adolescentes en virtud a la problemática planteada que es verificar si la comunicación digital influye en la identidad cultural de los mismo, desde el punto de vista de acorde a los resultados arrojadas mediante las herramientas necesarias se constató que muchos de los adolescentes en primer lugar no conocen a profundidad sobre la cultura y de la misma manera manifestaron que hay muchas formas de comunicarse gracias al avance tecnológico que se implementa en la actualidad pero que diversos canales de difusión no imparten contenido digital relacionado a la cultura, más se enfocan en los diversos campos generales, dándole énfasis a la comunidad de acorde a sus sistemas emblemáticas que posee cada uno de ellos.

Además de ello se logró plantear una solución en elaborar una infografía donde se resalte a profundidad las diversas temáticas, para que de una u otra manera establezcan un conocimiento positivo y logren participar en diversos contenidos culturales que se establezcan en diversos centros municipales, o sectoriales para mantener los diferentes ámbitos culturales que deben prevalecer circunstancialmente concluyendo con parámetros positivos para la sociedad en general incluyendo los adolescentes.

Como aporte final, se destaca que gracias a los grandes avances tecnológico la comunicación ha progresado demasiado pasando desde lo analógico a transformarse en un paradigma web 3.0 ya que permite comunicarnos fácilmente de manera inmediata, es más es de muy grata importancia definir la comunicación digital como un factor

primordial a nivel global por su gran porcentaje de rapidez que desempeña mediante diversos códigos comunicaciones, haciendo de ello un sistema inmerso de posibilidades fructíferas y tecnológica conjuntamente el desarrollo y avance de la era digital.

## **Bibliografía**

- Azansa, R. (12 de 04 de 2019). *Almanatura, Culturas y regiones*. Obtenido de <https://almanatura.com/2018/05/por-que-importante-trabajar-identidad-cultural-cada-pueblo/>
- Benavides, C. (16 de 09 de 2021). *Epitech*. Obtenido de <https://www.epitech-it.es/comunicacion-digital/>
- Cervantes, A. (21 de 04 de 2021). *Instituto de gestión cultural y artistica* . Obtenido de <https://www.igecca.net/blog/357-comunicacion-cultural-definicion-funciones-y-salidas-profesionales>
- Cifuentes, A. (14 de 05 de 2020). *Concepto cultural*. Obtenido de <https://concepto.de/identidad-cultural/>
- Florenti, A. (01 de 04 de 2021). *Comunicacion Digital 3.0*. Obtenido de <https://www.comunicare.es/tipos-de-comunicacion-digital/>
- Orihuela, J. L. (06 de 04 de 2022). *Introducción al diseño digital*.
- Revelo, F. (01 de 12 de 2021). *I Web Track Digital*. Obtenido de <http://www.iwebtrack.es/en-que-consiste-la-comunicacion-digital/>
- Riviera, L. (12 de 11 de 2020). *Comunicare Digital*. Obtenido de <https://www.comunicare.es/tipos-de-comunicacion-digital/>
- Sánchez, A. (2018). Cultura Digital. *Comunicación Digital Semillero de Investigación / Comunicación Digital*, 8-9.
- Sánchez, L., & Crespo, G. (2017). Los adolescentes y las tecnologías de la información . *Guía para padres y adolescentes en la comunicacion digital*, 10.