



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN**

**LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN LAS REDES SOCIALES PARA LOS
JÓVENES DEL SIGLO XXI EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
Previo a la obtención del grado académico de:
Licenciado en Comunicación**

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

**AUTOR:
VERA YAGUAL CARLOS XAVIER**

**TUTORA:
LIC. PAOLA CORTEZ CLAVIJO, PHD.**

**DOCENTE ESPECIALISTA:
LCDA. MARÍA ISABEL POSLIGUA QUINDE, MSC.**

**LINEA DE INVESTIGACIÓN:
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

**SUB-LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y LIDERAZGO**

**LA LIBERTAD – ECUADOR
2024**

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE TABLAS.....	2
ÍNDICE DE CUADROS.....	3
ÍNDICE DE FIGURAS.....	4
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD.....	5
DEDICATORIA.....	6
AGRADECIMIENTOS.....	7
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC.....	8
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	9
RESUMEN.....	10
INTRODUCCIÓN.....	12
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	15
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	21
1.3. OBJETIVOS.....	21
1.3.1. <i>Objetivo general.</i>	21
1.3.2. <i>Objetivos específicos.</i>	21
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
2. MARCO TEORICO.....	24
2.1. CONOCIMIENTO ACTUAL.....	24
2.2. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.....	26
3. MARCO METODOLÓGICO.....	29
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	29
3.2. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
3.3. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	31
3.4. POBLACIÓN, MUESTRA Y PERIODO DE ESTUDIO.....	32
3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN.....	33
LA ENTREVISTA.....	33
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	34
ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA.....	34
5. DISCUSIÓN.....	40
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	42
CONCLUSIÓN.....	42
RECOMENDACIONES.....	44
7. REFERENCIAS.....	46
8. ANEXOS.....	48

ÍNDICE DE CUADROS

Tabla 1.....	48
Tabla 2.....	49
Tabla 3.....	51
Tabla 4.....	52
Tabla 5.....	54

ÍNDICE DE FIGURAS

figura 1	55
figura 2	56
figura 3	56
figura 4	56
figura 5	57
figura 6	57
figura 7	58

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quienes suscriben; **VERA YAGUAL CARLOS XAVIER** con C.I. **2450315524** estudiante de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **COMUNICACIÓN ESTRATEGICA EN LAS REDES SOCIALES PARA LOS JOVENES DEL SIGLO XXI EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA**, corresponde exclusiva responsabilidad de los autores y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 27 de noviembre, 2023

Atentamente,

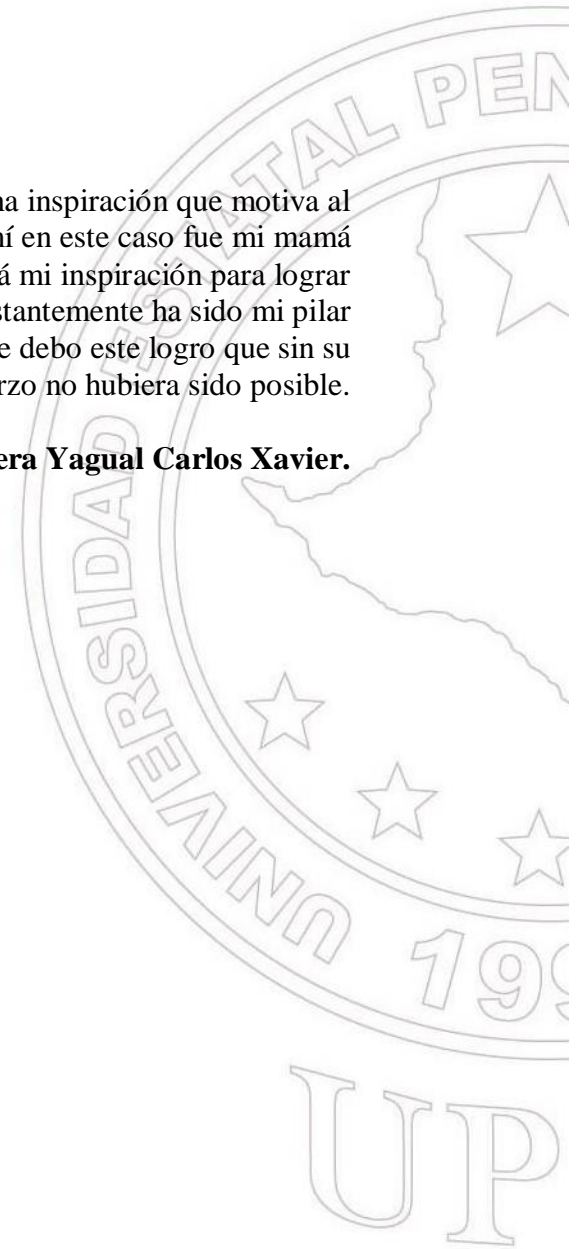


Vera Yagual Carlos Xavier
C.I. 2450315524

DEDICATORIA

Como todo objetivo que se cumple en la vida siempre existe una inspiración que motiva al desarrollo y obtención del mismo, inspiración que para mí en este caso fue mi mamá Blanca Luz Yagual Ramírez, quien es y siempre será mi inspiración para lograr cada meta que me proponga en la vida, ya que constantemente ha sido mi pilar fundamental desde que tengo memoria, a ella le debo este logro que sin su confianza, cariño y esfuerzo no hubiera sido posible.

Vera Yagual Carlos Xavier.



AGRADECIMIENTOS

En mi agradecimiento quiero hacer una mención especial a Dios por darme la capacidad, el entendimiento y la confianza para formarme como profesional, a mi familia, mi madre, mi padre, mi hermano y demás que siempre estuvieron presente en mi vida académica y que gracias a ellos con apoyo incondicional pude llegar a esta tan esperada meta.

También quiero agradecer a cada persona que formó parte de mi camino hacia la obtención de mi título profesional, sin duda, cada apoyo fue necesario para poder cumplir mi objetivo, que solamente se alcanza con esfuerzo y dedicación, además de la perseverancia de no decaer ante las dificultades.

Finalmente agradecer a los docentes que me formaron, a mi tutora por la paciencia, a mi guía por la comprensión, indudablemente el esfuerzo es de todos, ya que con su conocimiento he llegado hasta aquí. Muy agradecido por todo y que cada esfuerzo valga la pena de aquí en adelante.

Vera Yagual Carlos Xavier



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN UIC
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

La Libertad, 27 de noviembre del 2023

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, Ph.D
Directora de la Carrera de Comunicación- UPSE

En su despacho. -

En calidad de tutor(a) asignado(a) por la carrera de Comunicación, informo a usted que el estudiante **Vera Yagual Carlos Xavier** con cédula de identidad No **2450315524**, ha cumplido con los requisitos estipulados en el *Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE* y *Protocolos Vigentes de la carrera de Comunicación*, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título **“Comunicación estratégica en las redes sociales para los jóvenes del siglo XXI en la provincia de Santa Elena”**.

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación referido anteriormente, bajo el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE vigente que cita:

“Art 11. Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo a la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad de los autores cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

Lic. Paola Cortez Clavijo, PhD.
DOCENTE TUTORA

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR**



Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.
**DIRECTORA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lcda. Vilma Maribel García González.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lic. Paola Cortez Clavijo, PhD.
**DOCENTE TUTORA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



Lcda. María Isabel Posligua Quinde,
Msc.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Vera Yagual Carlos Xavier
ESTUDIANTE

Comunicación estratégica en las redes sociales para jóvenes del siglo XXI en la provincia de Santa Elena

Vera Yagual Carlos Xavier
0000-0002-4437-8246

Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera Comunicación

Resumen

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo Develar las tendencias de uso de redes sociales incluyendo preferencias de plataforma, tipos de contenido y horarios de mayor actividad en línea entre los jóvenes de la provincia de Santa Elena. Se seleccionaron tres profesionales en la comunicación y en las redes sociales como muestra con base a un método de exclusión e inclusión para que mediante su experiencia puedan aportar con su conocimiento como es el desarrollo de la comunicación en redes. La metodología planteada es de investigación descriptiva con enfoque cualitativo, por ello, se utilizaron técnicas como la entrevista direccionada a profesionales con edad considerada dentro de un rango de 20 a 30 años para hablar sobre el desempeño de los jóvenes la comunicarse en redes sociales. En las entrevistas se desarrollaron preguntas basadas en las dos variables principales, destacando el uso de la comunicación estratégica, que redes sociales son las más utilizadas y por ultimo las planificaciones al momento de subir alguna información, video o contenido a sus perfiles. En definitiva, el desarrollo de la investigación dio un aporte importante con base a la función del manejo de la comunicación en redes, para el individuo es necesario interactuar en redes sociales por que merece tener atención, lo jóvenes son los que más buscan captar atención mediante publicación ya que así sea con un like, dan la aprobación de que lo que realizo esta correcto y se transforma en una emoción positiva.

Palabras Clave: *Develar, comunicación estratégica, redes sociales, tecnología, aplicaciones.*

Strategic communication in social networks for young people of the 21st century in the province of Santa elena

ABSTRACT

The objective of this research project is to unveil the trends in the use of social networks including platform preferences, types of content and times of greatest online activity among young people in the province of Santa Elena. Three professionals in communication and social networks were selected as a sample based on a method of exclusion and inclusion so that through their experience they can contribute with their knowledge about the development of communication in networks. The proposed methodology is descriptive research with a qualitative approach, therefore, techniques such as interviews with professionals with age considered within a range of 20 to 30 years were used to talk about the performance of young people to communicate in social networks. In the interviews, questions were developed based on the two main variables, highlighting the use of strategic communication, which social networks are the most used and finally the planning when uploading any information, video or content to their profiles. that what I do is correct and is transformed into a positive emotion. In short, the development of the research gave an important contribution based on the function of communication management in networks, for the individual it is necessary to interact in social networks because it deserves attention, young people are the ones who most seek to capture attention through publication because even with a like, they give the approval that what I do is correct and is transformed into a positive emotion.

Keywords: *Disruption, technological trends, traditional media, digital journalism, technological adaptation.*

INTRODUCCIÓN

La comunicación en redes sociales para jóvenes es un tema relevante que puede ser investigado desde diferentes perspectivas. Algunos aspectos a considerar al investigar sobre este tema incluyen el impacto de las redes sociales en las emociones en los jóvenes, la influencia de las redes sociales en la formación de identidad y relaciones sociales, y las prácticas de privacidad y seguridad en línea.

Por otro lado, las redes sociales también pueden tener beneficios para los jóvenes, como la posibilidad de conectarse con amigos y familiares, expresarse creativamente y acceder a información y eventos actuales. Investigar, cómo los jóvenes utilizan las redes sociales para entretenerse, comunicarse y construir relaciones puede proporcionar una comprensión más completa de su experiencia en línea en la provincia de Santa Elena

La metodología implementada en el proyecto de investigación es una investigación básica descriptiva, con un enfoque cualitativo aplicando las técnicas e instrumentos para el análisis de los resultados, basados en la entrevista dirigida a profesionales en el ámbito comunicacional y expertos en el funcionamiento de redes sociales para fortalecer el análisis de este estudio.

Se debe destacar que el comportamiento de los jóvenes en redes sociales permite desarrollar una comunicación más fluida con el avance de la tecnología permite y tiene un abanico de oportunidades para desarrollarse como una persona influyente dentro de las redes, sabemos que WhatsApp, Facebook, Instagram y X, son plataformas direccionadas con las cuales el individuo entiende mejor su funcionamiento para el desarrollo de la

comunicación, a través de una imagen, una breve opinión y un chat instantáneo es la forma más eficaz de poder llegar y captar la atención de los usuarios que los rodean.

A pesar de que no haya una buena capacitación del uso de las redes sociales, la necesidad de innovar ya viene arraigada a esta generación, con aplicaciones que llevan instrumentos necesario para poder comunicarte, ya sean historias de 24 horas a en vivos que te permite dialogar en tiempo real con los demás, incluso la importancia de comunicar es adoptada por instituciones que se introducen al compartimiento de información y la interacción en línea para difundir su mensaje.

El autor de este proyecto enfoca su investigación en cuatro capítulos que abordan la temática de la disrupción del periodismo a través de las nuevas tendencias tecnológicas en la provincia de Santa Elena.

Capítulo I: Este capítulo se centra en las características generales del planteamiento del problema, incluyendo los antecedentes de la investigación, la formulación del problema de investigación, los objetivos generales y específicos, y la justificación de la investigación.

Capítulo II: En este capítulo se presenta el marco teórico y conceptual, que está compuesto por el conocimiento actual y la fundamentación teórica y conceptual relacionada con el tema de estudio.

Capítulo III: En este capítulo se establece el marco metodológico, donde se describe el tipo de investigación, el alcance y el diseño del estudio. También se detalla la operacionalización de las variables, la población y muestra seleccionada, así como el periodo de tiempo en el que se llevó a cabo la investigación. Además, se mencionan las

técnicas e instrumentos utilizados para recopilar la información, como la observación y la entrevista.

Capítulo IV: Este capítulo se enfoca en los resultados y discusiones obtenidas a partir de la investigación. Asimismo, se presentan las conclusiones y recomendaciones basadas en los datos obtenidos.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes del problema de investigación

La comunicación nace como una necesidad básica del ser humano para transmitir una idea, información y emociones hacia los demás, sus raíces por otra parte aparecen en las teorías y prácticas de la comunicación y el marketing. Esto se remonta a la antigua Grecia, donde Platón, Sócrates y Aristóteles desarrollaron teorías sobre la persuasión y la retórica.

“La comunicación corporativa, como función gerencial en las organizaciones, tiene como uno de sus objetivos principales facilitar las relaciones y los intercambios simbólicos con los grupos de interés de una empresa, y por ende establecer y mantener reputaciones favorables.” (Costa, 2012, p. 11)

Es importante saber que los jóvenes del siglo XXI en la provincia de Santa Elena utilizan las redes sociales de manera extensiva en su vida diaria. Sin embargo, la falta de comprensión de cómo utilizar estas plataformas de manera efectiva desde una perspectiva de comunicación estratégica, podría limitar su capacidad para aprovechar al máximo estas herramientas, Según la Dra. Carrillo menciona que “La comunicación estratégica se define desde el punto de vista de los objetivos a alcanzar y de las decisiones que hay que tomar en esa dirección, pero no tanto, desde el punto de vista de las acciones a realizar. Por supuesto, estas decisiones conllevarán acciones de comunicación integral o global, he ahí el nexo de unión entre ambas.” (Carrillo, 2014, p. 3)

Existe una diversidad de plataformas de redes sociales disponibles, cada una con sus características y audiencias específicas. Esto plantea el desafío de determinar cuáles son las plataformas más adecuadas para comunicar mensajes estratégicos a diferentes grupos de jóvenes en la provincia.

Se desconoce cuán efectivas son las estrategias de comunicación utilizadas por instituciones, organizaciones y empresas en las redes sociales para llegar y conectarse con los jóvenes de Santa Elena. Esto puede resultar en la falta de engagement, participación o interacción de los jóvenes con las iniciativas de comunicación en línea.

En primer lugar, se sabe que la comunicación en las redes sociales ha surgido como resultado de la evolución de internet y de las tecnologías digitales. A medida que las personas comenzaron a conectarse en línea, surgieron plataformas y aplicaciones que facilitaron la interacción y el intercambio de información entre usuarios, como define Enrique Díaz Criado “Estamos en el siglo XXI y todo lo que suene a tecnológico, a redes sociales, a la sociedad de la información, nos pone en la primera fila, en la vanguardia, donde todos quieren estar” (Díaz-Criado, 2017, p. 15)

Para añadir el internet y las redes sociales se han convertido en la tecnología ante la cual la sociedad gira en los últimos tiempos, cabe recalcar que en esta era han marcado un punto de relevancia a los nuevos comportamiento del ser humano mediante la tecnología, se han modificado conductas y hábitos en las formas de cómo relacionarse con los demás, se puede observar que mediante una red social todo el mundo puede ser amigo de otro aunque este no sea real, ya que el ser humano siempre ha tenido la necesidad de relacionarse.

“El uso que los jóvenes y adolescentes hacen de las redes sociales es una temática que debe ser abordada por la institución educativa con preocupación, pues en la red se enfrentan a una serie de riesgos que van desde la gestión de su contenido y huella digital, hasta la privacidad de la información que exponen y su imagen (imagen social y personal)” (Valencia-Ortiz, Cabero-Almenara, Ruiz, & Robles, 2021, p. 116), se sabe que la privacidad es un punto importante que se debe tomar en cuenta, el mal uso de una red social se puede ver afectado por acciones que no son tomadas en función del usuario, se debe ser selectivo con la información que se maneja para poder comenzar por un buen uso de una red, por ello, uno de los requisitos al crearla es ingresar una clave de uso personal que solo la misma puede saber.

Fundamentalmente la creación de contenidos de jóvenes en la social media, hablando del desempeño que se les da a las funciones de cada aplicación, esta se define con base a la posibilidad que tiene una persona para acceder a una red social, básicamente se habla del acceso a internet que se maneja en una sociedad. Al poder tener acceso se puede revelar que en esta época la posibilidad de crear contenido para una persona promedio es sumamente fácil al contrario del que no puede acceder, según una investigación “Los jóvenes con un estatus socioeconómico no privilegiado y pertenecientes a zonas rurales usan YouTube en menor medida y por espacios más cortos de tiempo que sus contrapartes más privilegiadas y que viven en el área urbana, los cuáles usan esta red social para entretenimiento y por largos periodos de tiempo” (Andrade-Vargas, Iriarte-Solano, Rivera-Rogel, & Yunga-Godoy, 2021, pp. 90-91) , también en la parte académica los estudiantes de entornos socioeconómicos bajos ven en la mejora de su perfil en línea una oportunidad para acceder a mejores oportunidades laborales y superar las barreras que pueden enfrentar

debido a su situación económica. Por otro lado, los jóvenes con padres con educación secundaria y superior pueden tener una red de contactos y recursos que les brinden más oportunidades profesionales, lo que puede hacer que no sientan la misma necesidad de mejorar su perfil en línea.

Cabe destacar que el interés de crear comunicación para ser difundida de diversas formas, el joven puede verlo de distintos ángulos, el poder socioeconómico, te permite clasificar que tipo de contenido presentas, esencialmente esta te permitirá adquirir mejores implementos para dar un contenido de calidad ya sea para realizarlo de buena o mala forma, también, es importante mencionar que al usar una red social partimos del hecho de poder crear contenido para satisfacer necesidades sociales, humanas y económicas, hasta poder adquirir una demanda por mala práctica de la información, muchas son las redes que te permiten la interactividad y del mismo modo, muchas son las ideas del ser humano para poder expresar algún interés entre sociedades.

Como afirma unos especialistas “Las redes sociales tienen un papel fundamental en la vida cotidiana de los adolescentes. El establecimiento de relaciones parasociales entre seguidores e "influencers" (instagramers, youtubers y tweeters) es de suma importancia para los adolescentes de hoy en día” (Lozano-Blasco, Mira-Aladrén, & Gil-Lamata, 2023, p. 133).

Los adolescentes adquieren la necesidad de poder ser una influencia así que innovan las formas de realizar comunicación ya sea para su formación académica como en algún momento fueron los “blogs” que poco a poco van desapareciendo, reemplazados por la creación de multimedia, cabe resaltar que los videos, así como la música son formas de

captación más rápidas para el receptor. Un podcast hoy en día es la alternativa más viable para darse a conocer ya que se puede desarrollar una opinión pública con base a pensamientos de diferentes personajes que influyen en la vida de cada ser humano, esta va de la mano con la necesidad de adquirir recursos, por eso es bueno poder analizar que “Instagram” es la aplicación que más se caracteriza en desarrollar la venta de una imagen y productos, “Twitter” por otro lado es la red social con más crítica al no tener un control en los contenidos que comparten sus usuarios y finalmente “YouTube” es la red con más aprobación por los seres humanos y jóvenes ya que se dedica a la entrega de un contenido pacífico.

Sobre todo podemos obtener diferentes servicios favorables a la hora de manejar las redes sociales para difundir un contenido, pero como acota Jorge Armaza “el riesgo del uso excesivo de las redes sociales en los estudiantes de Latinoamérica según las investigaciones de los últimos 10 años, ha puesto en manifiesto que el uso de las redes sociales puede contribuir a un mayor disfrute y comodidad, pero en un uso excesivo, puede generar resultados negativos” (Armaza, 2022, p. 12). Hablando ya de las emociones que adquieren los individuos al saber cómo las personas reaccionan a su contenido, sea con un simple comentario o con el posteo de una foto, la interacción es muy importante para que las personas decidan avanzar en la creación y defunción de contenido.

Si usamos un ejemplo del proceso de influir antes una sociedad, el trabajo de viajeros, youtubers, streamers, es la nueva tendencia que un “en vivo” en una aplicación puede realizar, cabe resaltar que solo las personas que pueden solventar el tipo de contenido mencionado o las que llevan años perfeccionando su técnica son las que tienen más

accesibilidad para poder ser parte del mundo tecnológico, como menciona un artículo “De una manera sencilla e intuitiva, a través de pocos clics, los consumidores de estas aplicaciones pueden comenzar una emisión en streaming y emplear las potencialidades audiovisuales que estas herramientas les ofrecen” (Higuera, Pérez-Rufí, Martín, Carballeda, & Aguilera, 2022, p. 15). La interactividad de poder realizar contenido en línea permite al receptor ser parte de ella y hacer ver que las persona mediante sus habilidades también pueden realizarlo, de esta manera es como han salido diferentes creadores digitales en el siglo XXI, hay jóvenes que ya están haciendo eventos masivos gracias a estas plataformas, planteándolos como personas con mayor influencia y crecimiento económico.

Para finalizar, como opina una estudiante “A través del desarrollo teórico y práctico de esta investigación se permitió conocer que, en efecto, las redes sociales en la actualidad se han consolidado como importantes herramientas de comunicación y que su uso debe adaptarse como parte de las estrategias de comunicación para una correcta difusión de información a los habitantes de una comunidad” (REYES, 2022, p. 60). Entonces la problematización es un paso importante para definir y comprender a fondo los desafíos y las preguntas que abordará tu investigación. A partir de estos puntos problemáticos, podrás desarrollar tus objetivos de investigación, marco teórico, metodología y justificación de manera más precisa.

1.2. Formulación del problema

¿Cómo incide la comunicación estratégica en el funcionamiento de las redes sociales en el siglo XXI?

Preguntas:

¿Cómo se establece la comunicación estratégica en los jóvenes?

¿Qué generan las redes sociales en el siglo XXI?

¿Para qué es bueno establecer una comunicación estratégica en las redes sociales para los jóvenes del siglo XXI en la provincia de Santa Elena?

1.3. Objetivos.

1.3.1. Objetivo general.

- Develar las tendencias de uso de redes sociales incluyendo preferencias de plataforma, tipos de contenido y horarios de mayor actividad en línea entre los jóvenes de la provincia de Santa Elena.

1.3.2. Objetivos específicos.

- Identificar las plataformas de redes sociales más populares entre los jóvenes de Santa Elena, destacando las preferencias de uso y las actividades específicas que realizan cada una de ellas a través de encuestas y análisis de contenido.

- Analizar en profundidad los tipos de contenido que atraen y retienen la atención de los jóvenes en las redes sociales, investigando los temas, formatos (videos, imágenes, texto), y tonos que generan mayor interacción y participación en las publicaciones.
- Comprender las motivaciones y expectativas de los jóvenes al interactuar en redes sociales en el contexto de Santa Elena, explorando sus objetivos al conectarse en línea, las comunidades en las que se unen y las percepciones sobre la influencia de las redes sociales en sus vidas diarias mediante entrevistas en profundidad y grupos focales.

1.4. Justificación de la investigación.

La provincia de Santa Elena, ubicada en la costa suroeste de Ecuador, ha experimentado un cambio significativo en las dinámicas de comunicación en las últimas décadas. En particular, el auge de las redes sociales en el siglo XXI ha transformado radicalmente la forma en que los jóvenes de la región se relacionan, acceden a información y participan en la vida cívica. Este cambio es un fenómeno global, pero su impacto local es de vital importancia.

La presente investigación se justifica en múltiples niveles como son las redes sociales se han convertido en una plataforma central para la comunicación interpersonal, la difusión de información y la interacción social. Esta relevancia de las redes sociales es particularmente notable entre los jóvenes del siglo XXI, quienes las utilizan de manera intensiva en su vida cotidiana.

Así mismo la participación cívica de los jóvenes es esencial para el desarrollo de una sociedad democrática y activa. Las redes sociales pueden influir de manera significativa en esta participación al facilitar la difusión de mensajes, la organización de eventos cívicos y la movilización en línea. Comprender cómo las estrategias de comunicación en redes sociales afectan la participación cívica de los jóvenes es crucial para fortalecer el desarrollo social.

Cabe destacar que las instituciones, organizaciones y empresas de Santa Elena enfrentan el desafío de adaptar sus estrategias de comunicación a las plataformas de redes sociales para llegar exitosamente a la población joven. Esta adaptación requiere un conocimiento profundo de cómo funcionan las redes sociales y cómo los jóvenes las utilizan.

A pesar de la creciente importancia de las redes sociales, existe una falta de investigaciones específicas sobre la comunicación estratégica en redes sociales dirigida a los jóvenes. Esta investigación busca llenar este vacío y proporcionar una comprensión más profunda de las dinámicas de comunicación en la provincia.

En todo caso esta investigación se justifica por su relevancia tanto teórica como práctica. Contribuirá al conocimiento sobre la comunicación estratégica en redes sociales y su impacto en la participación cívica y la percepción de la información entre los jóvenes de Santa Elena, promoviendo así un desarrollo más efectivo y participativo en la comunidad local.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Conocimiento actual

Es importante conocer que el origen de la comunicación en la era del internet está estrechamente relacionado con el correo electrónico, los blogs y las notas que nos permiten comenzar el proceso de transferencia de información de un emisor a un receptor. Se basa en la estructura del lenguaje para asegurar que el mensaje sea entendido o transmitir la información deseada.

Podemos incluir que las comunicaciones en las redes sociales han logrado crear nuevas fronteras que permite estar más cerca de lo que antes estaba lejos, la llegada de Internet ha transformado los conceptos y las definiciones de distancia. Ahora es posible estar conectados y comunicarse con personas de todo el mundo de manera instantánea. Sin embargo, esta cercanía virtual puede tener el efecto paradójico de alejarnos de lo que está físicamente cerca de nosotros.

“Esta nueva era digital nos ha aportado nuevas tecnologías y formas de comunicación, nuevos canales y nuevas herramientas, pero la verdadera revolución está en las emociones humanas. No perdamos de vista lo importante, trabajemos por un futuro mejor, más humano” (Stalman, Human of on, 2016, p. 38).

Por lo tanto, hablar de comunicación en base a las nuevas tecnologías, se conoce que el uso de redes para realizar contenidos es una forma de interactuar y realizar cambios en la forma de comunicar, según cómo avanzan los tiempos, como menciona Castells “Las

redes sociales digitales basadas en internet y en plataformas inalámbricas son herramientas decisivas para movilizar, organizar, deliberar, coordinar y decidir. Sin embargo, el papel de internet va más allá de la instrumentalidad: crea las condiciones para una forma de práctica compartida que permite a un movimiento sin líderes sobrevivir, deliberar, coordinar y expandirse” (Castells, 2012, p. 219).

En otras palabras, tratar de trazar la historia de la función redes sociales no es una tarea fácil debido a su origen difuso y su evolución acelerada, así como el valor que se le da de acuerdo con un editorial “Las redes sociales tienen valor precisamente porque nos pueden ayudar a conseguir lo que no seríamos capaces de lograr por nosotros mismos” (Christakis & Fowler, 2010, p. 12).

En síntesis, no existe consenso sobre cuál fue la primera red social y existen diferentes puntos de vista al respecto. Además, la existencia de numerosas plataformas se cuenta en lapsos muy cortos. Es bien sabido que hay servicios de los cuales hablamos hoy de que podrían no existir mañana, y nuevos servicios pueden aparecer rápidamente, dejando obsoleta cualquier representación que intentemos hacer de ellos. La historia de las redes sociales se está escribiendo en cada minuto en cientos de lugares alrededor del mundo.

2.2. Fundamentación conceptual.

Comunicación

Comunicación se define como el proceso mediante el cual se traspa información, ideas y mensaje hacia otras personas, es un proceso indispensable para el entendimiento humano, se practica siempre con un emisor y un receptor para poder cumplir el proceso de comunicación.

“La comunicación es vital para que exista un buen entendimiento entre las personas. Es un proceso en el cual se intercambian opiniones, datos o información sobre un tema determinado”, (Peiró, 2021)

Comunicación estratégica

La comunicación estratégica se aplica en una variedad de contextos, como empresas, organizaciones sin fines de lucro, instituciones gubernamentales, campañas políticas y más. Su objetivo principal es asegurarse de que la comunicación sea coherente, efectiva y contribuya al logro de objetivos específicos a largo y corto plazo.

“la comunicación estratégica se entiende dentro de la comunicación empresarial y organizacional, pudiendo estar cercana a lo que se ha venido llamando comunicación integral o global, como forma de aglutinar las diferentes acciones de comunicación para la consecución de los objetivos estratégicos de la empresa.” (Duran, 2014, p. 2)

Comunicación en redes

Las redes sociales han transformado la forma en que nos comunicamos y nos relacionamos en línea. A través de las redes sociales, podemos comunicarnos con amigos, familiares y personas de todo el mundo. También nos permiten compartir opiniones, experiencias y formar parte de comunidades con intereses similares.

“Podríamos dar una definición de comunicación online, diciendo que es el intercambio de información y conocimientos a través de plataformas y herramientas digitales, tanto con personas como con empresas.” (Alcocer, 2020, p. 2)

Participación Activa

La participación activa se refiere a la acción de involucrarse de manera responsable y comprometida en diferentes ámbitos de la vida, ya sea en el trabajo, en la comunidad o en otros contextos sociales. Implica tomar parte activa en la toma de decisiones, contribuir con ideas y opiniones, y colaborar en la ejecución de proyectos o actividades.

“La participación de los estudiantes es vital en los procesos de enseñanza - aprendizaje, adquiriendo mayor relevancia en entornos virtuales de aprendizaje. Sin embargo, en las experiencias de clases online se ha demostrado que existe baja interacción durante las clases sincrónicas, entre estudiantes y docente, y entre los mismos estudiantes.” (Flores-Fernández & Riquelme, 2022, p. 2)

Opinión Publica

la opinión pública se refiere a las actitudes y creencias compartidas por un grupo de individuos en relación con un tema específico. Es un componente importante de las sociedades democráticas y puede influir en la toma de decisiones y en la formulación de políticas.

“La opinión pública es un concepto que alude a un fenómeno social, a una práctica empíricoprofesional y a la observancia académico-científica de los dos anteriores. Este trabajo busca reflexionar en torno a ciertos cambios en las fuentes de conformación de la opinión pública en el contexto de la era de la información y el conocimiento. “ (Pareja & Echeverria, 2014, p. 2)

Alcance y Visibilidad

El alcance se refiere al número máximo de personas que pueden ser impactadas por un contenido, mientras que la visibilidad se refiere a la capacidad de una marca o empresa de ser encontrada, vista y conocida por el mayor número de usuarios posibles. Ambos conceptos son importantes en el ámbito del marketing y la promoción de una entidad.

“La visibilidad en redes sociales académicas permite que sea mayor la citación de los artículos publica-dos por las revistas.” (Ojeda-Serna, Serna, Acosta, & Montalvo, 2019, p. 3)

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación

Investigación descriptiva.

Conocemos que la investigación descriptiva busca como su nombre lo indica, describir de manera detallada cualquier variable o fenómeno que vaya relacionado con la investigación que se va a realizar, esta se basa en la recopilación de datos naturales por parte de las personas a encuestar o entrevistar, lo que garantiza que sean datos honestos.

Según un artículo “La información suministrada por la investigación descriptiva debe ser verídica, precisa y sistemática. Se debe evitar hacer inferencias en torno al fenómeno. Lo fundamental son las características observables y verificables” (Guevara, Verdesoto, & Castro, 2020, p. 166)

En conclusión, los datos recopilados en la investigación descriptiva forman la base para la toma de decisiones, ya que representan una población mayor y son sólidos, lo que facilita el análisis estadístico y la toma de decisiones. Además, es importante resaltar que proporciona datos valiosos que forman la base para la toma de decisiones informadas y respaldadas por evidencia, y su rapidez y economía la convierten en una herramienta efectiva para obtener información relevante.

3.2. Alcance de la investigación

Es importante resaltar que en esta parte de la investigación con el alcance descriptivo ya es posible determinar las características del fenómeno en el estudio para poder reconocer la presencia de un grupo humano mediante su conocimiento.

Así mismo en el proceso cuantitativo, se aplican análisis de datos de tendencia central y dispersión. En este contexto, es posible, pero no obligatorio, plantear una hipótesis que busque caracterizar el fenómeno del estudio, en un artículo se resalta que “En la investigación con alcance descriptivo de tipo cualitativo, se busca realizar estudios de tipo fenomenológicos o narrativos constructivistas, que busquen describir las representaciones subjetivas que emergen en un grupo humano sobre un determinado fenómeno” (Galarza, 2020, p. 5)

Enfoque de la investigación

El enfoque cualitativo busca un análisis profundo y reflexivo de los fenómenos estudiados, privilegiando la comprensión de los significados y la interpretación de las acciones humanas y de la vida social. Se enmarca en el paradigma científico naturalista o interpretativo, y se utiliza para explorar y comprender fenómenos complejos y contextuales.

Según un artículo “la investigación bajo el enfoque cualitativo se sustenta en evidencias que se orientan más hacia la descripción profunda del fenómeno con la finalidad de comprenderlo y explicarlo a través de la aplicación de métodos y técnicas derivadas de sus concepciones y fundamentos epistémicos, como la hermenéutica, la fenomenología y el método inductivo.” (Sánchez, 2019, p. 104), por otro lado el análisis de los datos cualitativos implica identificar patrones, temas y categorías emergentes, y se busca obtener una comprensión rica y detallada de los fenómenos estudiados.

3.3. Operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICION	DIMENCION	INDICADOR	ITEMS
COMUNICACIÓN ESTRATEGICA	Proceso por el cual se planifica, desarrolla y controla el mensaje y la información que se comparte con los diferentes públicos	Comunicación	Información	¿Qué significa para ti la comunicación estratégica en este contexto?
		Comunicación estratégica	Organizaciones	¿Cuáles son tus objetivos al comunicarte en redes sociales?
		Comunicación en redes	Plataformas digitales	¿Has experimentado algún cambio en tu percepción de ti mismo o de los demás debido a tu presencia en redes sociales?
REDES SOCIALES	Las redes sociales son plataformas digitales que conectan a personas con intereses, actividades o relaciones en común. Estas plataformas permiten el contacto entre los individuos y funcionan como un medio para intercambiar información y establecer relaciones.	Participación activa	Pensamiento critico	¿Cómo crees que la comunicación estratégica en redes sociales afecta a la comunidad joven en la provincia de Santa Elena?
		Opinión publica	Juicio de valor	¿Cuáles son las principales redes sociales que utiliza y con qué frecuencia?
		Alcance y visibilidad	Desempeño social	¿Qué tipo de contenido prefieres consumir en las redes sociales? ¿Cuál cree ud que son las motivaciones y expectativas de los jóvenes de la provincia de Santa Elena al explorar su conexión en redes sociales y la influencia de comunicarse en línea en sus vida diarias?

3.4. Población, muestra y periodo de estudio.

Conocemos que, al hablar de población, nos referimos a lo general, a un conjunto total de individuos que forman parte de ella sobre la cual se desea obtener una conclusión que nos lleve a un resultado específico, como menciona Neftalí Toledo “De una investigación está compuesta por todos los elementos (personas, objetos, organismos, historias clínicas) que participan del fenómeno que fue definido y delimitado en el análisis del problema de investigación” (Díaz, 2021, p. 4)

De acuerdo con esto, en la investigación se determinó la población en general de los habitantes de la provincia de Santa Elena que estén direccionados al tema que se determinó.

Por otro lado, la muestra es una forma de reducir la población para simplificar el estudio, según un artículo “Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se verá más adelante. La muestra es una parte representativa de la población” (López, 2004, p. 1)

La muestra se elige de manera que sea representativa de la población objetivo, lo que significa que las características y propiedades de la muestra deben reflejar las características y propiedades de la población en general, por eso en esta investigación se decidió escoger la muestra por un método de inclusión y exclusión, mencionando características específicas para que los individuos sean parte de la investigación, se escogieron 3 jóvenes profesionales en el área de la comunicación y desempeño de redes sociales.

La investigación se llevó a cabo durante un lapso de tres meses, comenzando el 28 de septiembre de 2023 y finalizando el 26 de noviembre del mismo año. Durante este período, se llevaron a cabo distintas etapas, como el análisis de artículos relacionados con las variables de estudio y la recopilación de datos que respaldaron diversas teorías y perspectivas del proyecto de investigación.

3.5. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.

La técnica que se utilizó en la investigación fue la entrevista, ya que es una forma directa para poder recopilar información que aporte a nuestra investigación mediante a opiniones de expertos que puedan enriquecer datos para llegar a una conclusión

La entrevista

Esta técnica parte del enfoque cualitativo ya que te permite realizar un trabajo más dinámico en la cual interviene el dialogo, como define pablo Juárez en su artículo “La entrevista devela sutilezas del lenguaje verbal y no verbal que no permiten el cuestionario o la encuesta. Tampoco es un análisis de contenido que va en busca de palabras repetidas e interpretaciones semántica” (Juarez, 2018, p. 83)

Una entrevista puede referirse a diferentes situaciones, como una entrevista de visa, una entrevista de asilo, una entrevista de trabajo o una entrevista de investigación, entre otras. Cada tipo de entrevista tiene su propio propósito y proceso específico.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Análisis de la entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Entrevistador: Carlos Vera

Entrevistados: Josselyne Toledo

Tabla 1.

Preguntas	Análisis
Variable independiente: Comunicación Estrategica	
P1: ¿ Has oído hablar del concepto de comunicación estratégica en redes sociales?	Siempre voy a defender la comunicación, sobre todo, es muy importante por el ámbito que nos desenvolvemos, ya que nos permite ejecutar contenido sobre todo coherente, en lo personal siento que está en todos lados y es la base para poder compartir ideas.
P2: ¿ Cuáles son tus objetivos al comunicarte en redes sociales?	Es importante mantener la cordura, saber lo que comparte así puede enganchar a las personas, como ahora las empresas siempre analizan a que público te diriges en cualquier red social.
P3: ¿ Cómo decide qué contenido publicar y cuándo?	Claro, personalmente como Josselyne Toledo lo hago normalmente en la tarde porque ya estoy relajada, en la noche si paso en redes más tiempo, en Instagram, he visto como se ha comportado mi público, tengo horario establecidos, por ejemplo, en la noche tengo más interacción que en la mañana, en Tiktok como el público es más joven no le da sueño temprano, si subes un video de 10 a 11 pm puedes tener más alcance.
Variable dependiente: Redes Sociales	
P4: ¿ Cuáles son las principales redes sociales que utiliza y con qué frecuencia?	Las redes sociales que más uso son WhatsApp, Facebook, Instagram, X y sobre todo Tiktok, las comunicaciones son muy bonitas ya que te permite analizar, fb lo utilizo para memes, contenido que no creo solo comparto, porque es más informativo, estar al día de las tendencia, Instagram como es más visual, trato de buscar más publicidad y recomendaciones, también me siento parte de Tiktok la cual experimento y me gustó la acogida en cuanto a seguidores.

P5: ¿ Qué tipo de contenido prefieres consumir en las redes sociales?

El contenido que siempre prefiero es principalmente informativo, me gusta estar actualizada, no solo sobre lo del país, sino que también a nivel internacional, contenido gracioso es algo que usualmente consumo mucho y considero la publicidad también para saber que hacer o donde ir, Marketplace es muy interesante.

P6: ¿ Has experimentado algún cambio en tu percepción de ti mismo/ao de los demás debido a tu presencia en redes sociales?

Yo siempre he dicho que soy un personaje muy diferente a lo que soy en persona, mi contenido es chistoso y muchas personas cuando me ven desenvolverse en mi trabajo, así como conducir una sesión solemne, no pueden creer que esa persona chistosa pueda ser tan formal, tu creas el contenido que crees que a las demás personas les gusta, aunque tus gustos sean otros, tú decides tener a tu público.

P7: ¿Cuál cree ud que son las motivaciones y expectativas de los jóvenes de la provincia de Santa Elena al explorar su conexión en redes sociales y la influencia de comunicarse en línea en sus vida diarias?

Las motivaciones y expectativas de los jóvenes en Santa Elena al explorar su conexión en redes sociales pueden variar. Algunas motivaciones comunes podrían ser el deseo de conexión social, el acceso a información, la expresión personal, la búsqueda de entretenimiento y la construcción de identidad digital. Respecto a la influencia de la comunicación en línea en sus vidas diarias, puede tener impactos en su socialización, autoestima, percepción de sí mismos y del mundo, así como en la forma en que gestionan las relaciones interpersonales.

Fuente: Lic. Josselyne Toledo
Elaborado por: Carlos Vera

Instrumento: Guía de preguntas
Entrevistador: Carlos Vera
Entrevistados: Melissa de la Cruz

Tabla 2.

Preguntas	Análisis
Variable independiente: Comunicación Estratégica	
<p>P1: ¿ Has oído hablar del concepto de comunicación estratégica en redes sociales?</p>	<p>Dentro de mi ámbito y desempeño actualmente creo que la comunicación es la base para comenzar todo, esta ha abierto muchas puertas para poder llegar a cualquier parte, su alcance es muy grande, la comunicación estratégica es importante y las redes sociales son una herramienta para desarrollarla, los jóvenes ya no utilizan la comunicación normal si no que innovan para poder informar sobre lo que se quiere hacer conocer.</p>
<p>P2: ¿ Cuáles son tus objetivos al comunicarte en redes sociales?</p>	<p>El tema de las ventajas son muchas, siempre y cuando se maneje una comunicación adecuada, hay que resaltar que muchas empresas o personas encuentran en las redes sociales una puerta para darse a conocer pero al no estar capacitados no se puede realizar de buena forma, el lenguaje es distinto en cada red sociales por eso es necesario conocer cómo se manejar que parámetros hay y que públicos objetivos intervenir para realizar la comunicación estratégica, estudiar la parte interna y externa de cómo realizar el servicio hacia nuestro público.</p>
<p>P3: ¿ Cómo decide qué contenido publicar y cuándo?</p>	<p>Siento que en ese temas soy un poco indecisa, muy de repente subo cosas a ig o fb, no tengo unas planificación específica, más me entretengo en planificar mi parte profesional pero así en redes sociales, trato de solo compartir mi día a día pero no de forma planificada si no que al momento, tengo tips si, de lunes a miércoles subo contenido en horario de 7 a 10, jueves y viernes no lo hago y los fines de semana seria desgastar tus fotos o lo que deseas, casi la gente no esta tan pendiente, incluso en el trabajo no se utiliza sábados o domingo a menos que lo amerite, pero siempre es recomendable esperar al lunes para publicar.</p>
Variable dependiente: Redes Sociales	
<p>P4: ¿ Cuáles son las principales redes sociales que utiliza y con qué frecuencia?</p>	<p>Si vamos de mayor a menor, la primera red que utilizo es WhatsApp, porque estoy pendiente de todo lo que pasa en mi vida embarcando todo en general, se ha desarrollado mucho es muy buena para comunicarnos de forma directa, la segunda red así no sea usual pero utilizo mucho LinkedIn, ya hace dos años la utilizo, esta es netamente para uso profesional y para poder capacitarme, soy un poco a la antigua y la tercera seria Instagram, esta si su uso de vez en cuando, subo más las cosas a las que me dedico para que otras personas que se reflejen en mi vean una oportunidad para que puedan realizar lo mismo y por ultimo X utilizo para</p>

estar informado, Tiktok no me gusta pero la se usar por mi trabajo, pienso que es para una generación más actual.

P5: ¿ Qué tipo de contenido prefieres consumir en las redes sociales?

Consumo mucho contenido deportivo, en base a mi trabajo y también porque fui deportista, además me gusta poder ver reels que puedan entretenerme después de un día de trabajo, capacitarme es siempre importante para mí por eso siempre estoy viendo que se puede saber en base a mi experiencia, por último, me gusta ver cosas sobre viajes, ya es un pasatiempo personal.

P6: ¿ Has experimentado algún cambio en tu percepción de ti mismo/ao de los demás debido a tu presencia en redes sociales?

Bueno normalmente, personalmente no lo hago, soy la misma persona que ves en redes sociales como en persona, trato de ser lo más real posible, no me sale esconderme o aparentar algo, pero si he visto que jóvenes y adolescentes si tienes una doble vida, pero es el más uso de redes sociales que los lleva a esto ya que como te dije esta es una herramienta, no se dan cuenta del daño que estas pueden causar, nadie quiere publicar su lado negativo, desde ahí ya sabemos que no se puede conocer al 100% a una persona en redes sociales.

P7: ¿Cuál cree ud que son las motivaciones y expectativas de los jóvenes de la provincia de Santa Elena al explorar su conexión en redes sociales y la influencia de comunicarse en línea en sus vida diarias?

Considero que los jóvenes peninsulares buscan una conexión, pertenencia, entretenimiento, información y expresión personal en las redes sociales. La influencia de la comunicación en línea puede impactar su autoestima, relaciones sociales y percepción del mundo. Hoy en día las RRSS dejaron de ser un lujo para convertirse en una necesidad, es por eso que los jóvenes deben verlo como una herramienta para lo antes mencionado

Fuente: Lic. Melissa de la Cruz
Elaborado por: Carlos Vera

Instrumento: Guía de preguntas

Entrevistador: Carlos Vera

Entrevistados: Daniela Córdova

Tabla 3.

Preguntas	Análisis
Variable independiente: Disrupción del periodismo	
P1: ¿ Has oído hablar del concepto de comunicación estratégica en redes sociales?	He estudiado sobre la comunicación estratégicas, según mi experiencia, es visualizar los mensajes según un objetivo, plantearte metas de cómo transmitirás una información, organizar en un calendario cuando se sube alguna información o post depende al público al cual te dedicas.
P2: ¿ Cuáles son tus objetivos al comunicarte en redes sociales?	Dependiendo de lo que necesites alcanzar, puede ser la visualización tanto de la marca o tu como personas, hay bastantes estratégicas o campañas donde se establece el objetivo según lo que necesites, ya sea la venta o lanzamiento de marca y si hablamos como personas, si quieres darte a conocer o también fidelizar a tu público.
P3: ¿ Cómo decide qué contenido publicar y cuándo?	Esto es personal, yo nunca subo algo que no sea planificado, pero si hablamos de compartir memes eso es a cualquier momento, pero cuando se habla de publicar en Instagram lo que hago es, organizar carpetas de fotos según el calendario para ver qué día puedo subir o que día no, que día hay más reacciones o no, ejemplo un viaje que hice a cuenca ahora último, tengo demasiadas fotos, las organizo como que subo una foto de día y una de noche, siempre busco horarios para obtener más reacciones, juego con eso, estudio a mi público o seguidores, pero si, siempre me organizo no puedes tener una red social desordenada, si ves una red de una persona conoces una parte de ella en la web y eso es muy importante.
Variable dependiente: Tendencias tecnológicas	
P4: ¿ Cuáles son las principales redes sociales que utiliza y con qué frecuencia?	Normalmente utilizo Facebook, Instagram y Tiktok, además WhatsApp, es la que más utilizo definitivamente ya que debes estar comunicado con tu alrededor siempre, ya si quiero salir de la rutina y quiero publicar una foto, una historia bonita o algo voy a Instagram, pero esta si las utilizo todos los días debo resaltar. Soy muy sociable, me gusta saber si la persona me ve, si le gusta mi contenido o no, si me ignoran, pero de ahí yo hago lo que desee, subo lo que se me dé la gana siendo transparente, siempre que comparto algo no es para agradecer al resto, pero si me gusta saber su opinión.

P5: ¿ Qué tipo de contenido prefieres consumir en las redes sociales?

Me gusta mucho el entretenimiento, pero eso depende de la época, ejemplo, navidad me gusta ver cosas familiares y como comparten en todo el mundo, Halloween es otras época muy bonita para subir contenido, me gusta entrar a redes cuando quiero llorar, reír o entretenerme, si deseo llorar voy a reels si quiero reír voy a YouTube o veo videos cortos, esto depende de mi estado de ánimo, otra cosa es cuando quiero viajar, voy a las aplicaciones a buscar información de a dónde ir y como está mi alrededor, también para fortalecer mi educación e ir aprendiendo más.

P6: ¿ Has experimentado algún cambio en tu percepción de ti mismo/ao de los demás debido a tu presencia en redes sociales?

Sí, eso siempre va a ver, las personas siempre buscan publicar su lado bueno nunca el malo, por ejemplo, yo siempre publico mis viajes, mis logros y así muchas personas se preguntan, aquí eres feliz, pero te trato y eres seria, pero pasa mucho porque muestras una parte nomas, no terminas de conocer solo por publicación a un ser humano, es un 20% de lo que eres en sí.

P7: ¿Cuál cree ud que son las motivaciones y expectativas de los jóvenes de la provincia de Santa Elena al explorar su conexión en redes sociales y la influencia de comunicarse en línea en sus vida diarias?

Entre las motivaciones estarían el entretenimiento y la información, los jóvenes siempre queremos mantenernos actualizados respecto a lo que pasa a nuestro alrededor, ya sean malas o buenas noticias. En cuanto a las expectativas, siempre se busca saber algo nuevo, ver cosas nuevas, noticias buenas, como un logro de nuestros amigos o seguidores, o una promoción en nuestro restaurante favorito, etc. Si uno no encuentra nada nuevo o interesante, se aburre y sale de la red social para entrar a otra... Y por último, comunicarnos en línea influye en todo! En nuestras vidas y depende del uso que le demos, será una influencia positiva o negativa.

Fuente: Lic. Daniela Córdova
Elaborado por: Carlos Vera

5. DISCUSIÓN

En base a la información proporcionada, se destaca la importancia de la comunicación y su desarrollo dentro de nuestra sociedad. Se plantea que la comunicación estratégica es la base de todo lo que se realiza en nuestro entorno social, ya que a través de ella podemos expandir nuestra mente y la de los demás, aportando nuevas ideas y pensamientos que pueden tener un impacto en el ámbito en el que se trabaja.

También en relación a la comunicación en redes sociales, se menciona la necesidad de conocer al público al que estás dirigiendo. En la actualidad, las personas han tenido una evolución cognitiva significativa y ya no se dejan llevar por lo primero que ven. Analizan cada cosa que se intenta transmitir y pueden sacar sus propias hipótesis. Por lo tanto, el público es fundamental en la comunicación estratégica, y es importante saber de manera detallada lo que se va a comunicar, ya que eso determinará su recepción.

Por ende se observa que las redes sociales ya no son algo intrínseco en la vida cotidiana de las personas, sino algo básico e incluso primordial, especialmente en lo que respecta a la comunicación. Se menciona el uso de diferentes aplicaciones en las cuales se puede expresar y adaptar ideas según la visión de cada individuo. Esto muestra que existen muchas formas de llegar a las personas si se desarrolla una idea de manera adecuada y se utiliza la comunicación estratégica correctamente.

En cuanto a la publicación de contenido en redes sociales, se menciona que no está dirigido a una fecha específica, sino más bien a la hora en que se decide publicar. Esto se

basa en un análisis estadístico, ya que la hora de publicación puede influir en la recepción del público al que está dirigido.

Definitivamente las personas tienden a expresar solo los momentos que los llenan en ese instante de su vida, aunque quizás no sea la realidad. Las redes sociales se ven como un escape de la realidad, donde se puede mostrar lo que se siente en ese momento, a pesar de lo que realmente se está viviendo. Esto también está relacionado con la comunicación, tratando de mostrar a las personas lo que se quiere transmitir, más allá de lo que sucede en la vida personal. En este sentido, la comunicación estratégica sería fundamental.

Por ello necesariamente las empresas privadas y entidades públicas debes armar un plan de capacitación para la enseñanza del buen uso de las redes sociales, tu funcionamiento y las herramientas necesarias para comunicarse con la sociedad, incluso de forma profesional, permitir el acceso a internet ya que ahora nadie puede quedarse estancado, todo avanza y si sabemos utilizar se puede avanzar para bien, ya sea incluyéndonos en el ámbito académico.

En resumen, se destaca la importancia de la comunicación en redes sociales, la necesidad de conocer al público objetivo, la evolución cognitiva de las personas, el uso estratégico de las redes sociales, la publicación en función de la hora, y la relación entre la comunicación y la expresión personal en las redes sociales.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusión

Según la investigación las plataformas o redes sociales más populares entre los jóvenes de Santa Elena y las que le sirve de un gran uso comunicacional son “whatsapp” en primer lugar ya que se menciona que tiene el uso mas directo para una comunicación efectiva, “Instagram” por ser mas innovadora en sus funciones, te permite una comunicación mas visual y auditiva, “facebook” se la caracteriza por ser mas sociable en su contenido, es muy entretenido y su interaccion es fluida, por ultimo esta Tik Tok, es la aplicación mas comun en los jovenes ya que te permite desarrollar talentos mas artisticos.

La comunicación en redes es muy amplia que mediante estas herramientas las personas pueden desarrollar una conexión con sus usuarios adquiriendo diferentes formas y asi adquirir una identificacion propia.

El presente trabajo indica que los tipos de contenidos que atraen y retienen la atención de los jóvenes como principal, es “el entretenimiento”, esta te permite salir de la rutina y a la vez se transforma en un pasatiempo ya que consumen un contenido divertido, por otro lado “el informativo”, normalmente los usuarios siempre buscan despejar dudas en base a las redes sociales, saber direcciones, lugares para poder ir a compartir e incluso para poder planificar un viaje, por ultimo “el deportivo”, los jovenes tienen la necesidad de al menos motivarse a poder hacer ejercicio y buscan una forma facil de hacer mediante recomendaciones que dan las aplicación.

En este trabajo se develo las tendencias de uso de redes sociales incluyendo preferencias de plataformas, tipos de contenido y horarios de mayor actividad en línea entre los jóvenes de la provincia de Santa Elena.

De acuerdo a los resultados se presenta que las motivaciones y expectativas de los jóvenes al interactuar en redes sociales destaca el deseo de conexión social, el acceso a información, la expresión personal, la búsqueda de entretenimiento y la construcción de identidad digital están relacionadas a que comunicarnos en línea influye en todo! En nuestras vidas y depende del uso que le demos, será una influencia positiva o negativa. Hoy en día las RRSS dejaron de ser un lujo para convertirse en una necesidad, es por eso que los jóvenes deben verlo como una herramienta para lo antes mencionado

Es desarrollo de la investigación dio un aporte importante con base a la función del manejo de la comunicación en redes, para el individuo es necesario interactuar en redes sociales por que merece tener atención, lo jóvenes son los que más buscan captar atención mediante publicación ya que así sea con un like, dan la aprobación de que lo que realizo esta correcto y se transforma en una emoción positiva.

Para finalizar sabemos que el ser humano es inteligente ya que como se menciona la gente puede conocer perfiles pero dentro de ellos solo están un 20% de lo que en realidad es una persona, sabemos que lo difícil es poder hacer entender a un joven que hay ciertas cosas que no se deben exponer pero mediante a experiencia esto va cambiando la formas de utilizar rede sociales y según como va creciendo, se puede ir descubriendo más funciones para formar su actitud o su vida académica.

Recomendaciones.

Se debe instruir a los jóvenes sobre el buen uso de estas redes sociales para poder sacarles provecho ya que se conoce que esta generación avanza y el saber sobre tecnología es una necesidad, por eso aprender de las redes sociales es beneficioso porque te brinda acceso a información, te permite intercambiar conocimientos con otros usuarios, fomenta el aprendizaje colaborativo, te da acceso a cursos y contenidos educativos, y te conecta con expertos y profesionales en diferentes campos. Sin embargo, es importante tener en cuenta la veracidad de la información y mantener un uso equilibrado y consciente de las redes sociales. debe ser responsable con el contenido que se publica, analizar bien antes de subir o compartir una información.

Al conocer los tipos de contenido en las redes sociales es importante para maximizar el alcance y la visibilidad de tus publicaciones, fomentar la interacción y participación de los usuarios, ofrecer contenido relevante y valioso, y mantener la diversidad y creatividad en tus publicaciones. Esto te ayudará a construir una presencia sólida en las redes sociales y a establecer una conexión significativa con tu audiencia.

Los tipos de contenido disponibles en las redes sociales, puedes diversificar tus publicaciones y mantener el interés de tu audiencia. Puedes experimentar con diferentes formatos, como imágenes, videos, infografías, podcasts, entre otros, para mantener tu contenido fresco y atractivo.

Una recomendación importante es planificar su actividad en línea para poder establecer un orden que le permitirá acceder a información que se pueda eliminar, analizar

el comportamiento de las personas, saber que es apropiado compartir y no tomar decisiones apresuradas, siempre ser confidente con tu información personal ya que puede ser utilizada de forma errónea. Al proporcionar contenido relevante y valioso, puedes establecerte como una fuente confiable y experta en tu campo.

Para finalizar es importante tener en cuenta que las motivaciones pueden variar según la edad, intereses y objetivos individuales. Algunas jóvenes pueden tener motivaciones múltiples y utilizar las redes sociales por diferentes razones, las redes sociales son una fuente de información y noticias en tiempo real. Muchos usuarios las utilizan para mantenerse actualizados sobre eventos actuales, tendencias, noticias relevantes y temas de interés personal.

Para mejorar las expectativas de los jóvenes en el uso de las redes sociales y la comunicación, es importante establecer rutinas y expectativas claras, fomentar la comunicación abierta, educar sobre la privacidad y la seguridad en línea, promover el pensamiento crítico y la alfabetización mediática, y promover el uso equilibrado de las redes sociales definiendo también un horario establecido para realizar un buen uso y no excesivo de las redes.

7. REFERENCIAS

- Catsells, M. (2000). *LA ERA DE LA INFORMACIÓN*. (E. S. DÍAZ-CRIADO, Ed.)
Obtenido de file:///Users/student/Downloads/Dialnet-ManuelCastells-2203829.pdf
- Stalman, A. (2018). *BBC news*. Obtenido de HumanOffOn: "Las redes sociales no nos han hecho superficiales, mentirosos y agresivos: ya lo éramos":
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-42664086>
- Fernandez, A. d. (2017). Obtenido de LOS ADOLESCENTES Y EL USO DE LAS REDES SOCIALES: <https://www.redalyc.org/pdf/3498/349851785056.pdf>
- Díaz-Criado, E. S. (2017). Comunicación estratégica: origen y evolución del concepto. *Dialnet*, 15.
- Valencia-Ortiz, R., Cabero-Almenara, J., Ruiz, U. G., & Robles, B. F. (18 de enero-abril de 2021). Problemática de estudio e investigación de la adicción a las redes sociales online en jóvenes y adolescentes. *Dialnet*, 116.
- Andrade-Vargas, L., Iriarte-Solano, M., Rivera-Rogel, D., & Yunga-Godoy, D. (2021). Jóvenes y redes sociales: Entre la democratización del conocimiento y la inequidad digital. *Revista Científica de Educomunicación*.
- Lozano-Blasco, R., Mira-Aladrén, M., & Gil-Lamata, M. (2023). Redes sociales y su influencia en los jóvenes y niños: Análisis en Instagram, Twitter y YouTube. *Revista Científica de Educomunicación*, 74.
- Armaza, J. F. (2022). EL RIESGO DEL USO EXCESIVO DE LAS REDES SOCIALES EN LOS ESTUDIANTES DE LATINOAMÉRICA. *Scielo*.
- Higuera, A. C., Pérez-Rufí, J. P., Martín, J. L., Carballeda, M. R., & Aguilera, M. d. (2022). Streaming de vídeo, cómo las plataformas de vídeo social condicionan el comportamiento y los usos expresivos de los usuarios de sus apps . *Revista Latina de Comunicación Social*, 80.
- REYES, K. D. (2022). *REDES SOCIALES Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN EL COMITÉ BARRIAL EL PARAÍSO DE LA PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO*. Tesis , UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD CARRERA DE COMUNICACIÓN, Santa Elena .
- Stalman, A. (2016). *Human of on* (3era ed.). Barcelona , España.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza* . Madrid , España.
- Christakis, N. A., & Fowler, J. H. (2010). *Conectados* (Vol. 1). España.
- Guevara, G. P., Verdesoto, A. E., & Castro, N. E. (julio de 2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). (S. d. conocimiento, Ed.) *Recimundo* , 4.
- Galarza, C. R. (2020). LOS ALCANCES DE UNA INVESTIGACIÓN. *CienciAmerica* , 9.
- Diaz, N. T. (2021). *Muestra y poblacion* . Universidad Autónoma del Estado de México.
- López, P. L. (2004). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO. *Cielo* .
- Juarez, P. (2018). La importancia de la técnica de la entrevista en la investigación en comunicación y las ciencias sociales. Investigación documental. Ventajas y limitaciones Pablo Fernández Juárez <https://doi.org/10.36105/stx.2018n1.07> . *Sintaxis*.

- Sánchez, F. A. (2019). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Ridu*, 13.
- Peiró, R. (2021). Comunicación. *Economipedia*.
- Duran, V. C. (2014). La comunicación estratégica y sus profesionales Strategic communication and their professionals. *Mediterránea*.
- Alcocer, A. (2020). Comunicación digital y confianza online, claves para cualquier estrategia de marketing y ventas en internet. *Societic*.
- Díaz-Larenas, C. H., Ossa-Cornejo, C., Palma-Luengo, M., Martín, N. G.-S., & Araneda, J. I. (2019). El concepto de pensamiento crítico según estudiantes chilenos de pedagogía.
- Ojeda-Serna, V., Serna, A. L., Acosta, N. P., & Montalvo, M. L. (2019). La visibilidad en redes sociales digitales, acciones de divulgación científica de la UTN. *ECOS DE LA ACADEMIA*, 5.
- Flores-Fernández, C., & Riquelme, A. D. (2022). Participación activa en clases. *Scielo*.
- Cruz, K. D. (2022). *REDES SOCIALES Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN EL COMITÉ BARRIAL EL PARAÍSO DE LA PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO*. Tesis, UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD CARRERA DE COMUNICACIÓN, Santa Elena.
- Pareja, N., & Echeverría, M. (2014). La opinión pública en la era de la información. Propuesta teórico-metodológica para su análisis en México. *Scielo*.
- Carrillo, V. (2014). La comunicación estratégica y sus profesionales. *Mediterranea*.
- Costa, C. V. (2012). *COMUNICACIÓN DE CRISIS, REDES SOCIALES Y REPUTACIÓN CORPORATIVA*. Universidad de Madrid, Madrid.
- (s.f.).

8. ANEXOS

INSTRUMENTO

Instrumento de validación

Técnica: Entrevista

Tabla 1

Instrumento: Guía de Preguntas

Tema: LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN LAS REDES SOCIALES PARA LOS JÓVENES DEL SIGLO XXI EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

Entrevistado: Lic. Josselyne Toledo

Cargo: Analista de comunicación y relaciones públicas del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Elena

Especialidad: Licenciada en Comunicación

Entrevistador: Carlos Vera

Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable Independiente			
Comunicación Estratégica	¿Has oído hablar del concepto de comunicación estratégica en redes sociales?		
	¿Cuáles son tus objetivos al comunicarte en redes sociales?		
	¿Cómo decide qué contenido publicar y cuándo?		
Variable Dependiente			
Redes Sociales	¿Cuáles son las principales redes sociales que utiliza y con qué frecuencia?		
	¿Qué tipo de contenido prefieres consumir en las redes sociales?		
	¿Has experimentado algún cambio en tu percepción de ti mismo?		

	o de los demás debido a tu presencia en redes sociales?		
--	---------------------------------------------------------	--	--

INSTRUMENTO

Instrumento de validación

Tabla 2

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de Preguntas

Tema: LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN LAS REDES SOCIALES PARA LOS JÓVENES DEL SIGLO XXI EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

Entrevistado: Lic. Melissa de la cruz

Cargo: Coordinadora de Marketing de “Marathon Sport”.

Especialidad: Licenciada en Negocios y Marketing Deportivo con una maestría en Administración

Entrevistador: Carlos Vera

Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable Independiente			
Comunicación Estratégica	¿Has oído hablar del concepto de comunicación estratégica en redes sociales?		
	¿Cuáles son tus objetivos al comunicarte en redes sociales?		
	¿Cómo decide qué contenido publicar y cuándo?		
Variable Dependiente			
Redes Sociales	¿Cuáles son las principales redes sociales que utiliza y con qué frecuencia?		

	¿Qué tipo de contenido prefieres consumir en las redes sociales?		
	¿Has experimentado algún cambio en tu percepción de ti mismo o de los demás debido a tu presencia en redes sociales?		

INSTRUMENTO

Tabla 3

Instrumento de validación

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de Preguntas

Tema: LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN LAS REDES SOCIALES PARA LOS JÓVENES DEL SIGLO XXI EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

Entrevistado: Lic. Sandra Daniela Córdova

Yagual

Cargo: Comunity Manager y Diseñadora Gráfica.

Especialidad: Licenciada en Diseño Gráfico con maestría en Marketing Digital

Entrevistador: Carlos Vera

Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable Independiente			
Comunicación Estratégica	¿Has oído hablar del concepto de comunicación estratégica en redes sociales?		
	¿Cuáles son tus objetivos al comunicarte en redes sociales?		
	¿Cómo decide qué contenido publicar y cuándo?		
Variable Dependiente			
Redes Sociales	¿Cuáles son las principales redes sociales que utiliza y con qué frecuencia?		
	¿Qué tipo de contenido prefieres consumir en las redes sociales?		
	¿Has experimentado algún cambio en tu percepción de ti mismo o de los demás debido		

	a tu presencia en redes sociales?		
--	-----------------------------------	--	--

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

Tabla 4

TÍTULO:		LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN LAS REDES SOCIALES PARA LOS JÓVENES DEL SIGLO XXI EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA															
AUTOR:		Carlos Vera															
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUCIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	RELACIÓN ENTRE:								
									VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	

Comunicación estratégica	Comunicación	información	¿Qué significa para ti la comunicación estratégica en este contexto?							x		x			x		x		
	Comunicación estratégica	Organización	¿Cuáles son tus objetivos al comunicarte en redes sociales?							x		x			x		x		
	Comunicación en redes	Plataformas digitales	¿Has experimentado algún cambio en tu percepción de ti mismo o de los demás debido a tu presencia en redes sociales?							x		x			x		x		
Redes sociales	Participación activa	Pensamiento crítico	¿Cómo crees que la comunicación estratégica en redes sociales afecta a la comunidad joven en la provincia de Santa Elena?							x		x			x		x		
	Alcance y visibilidad	Desempeño social	¿Cuáles son las principales redes sociales que utiliza y con qué frecuencia?							x		x			x		x		
	Opinión pública	Juicio de valor	¿Qué tipo de contenido prefieres consumir en las redes sociales?							x		x			x		x		



LIC. PAOLA CORTEZ CLAVIJO, PHD

Juez Experto

Profesionales seleccionados para la entrevista

Tabla 5

Melissa de la Cruz Vallejo

- Licenciada en Negocios y Marketing Deportivo con una maestría en Administración (MBA)

Cargo: Coordinadora de marketing de “Marathon Sport”.

Josselyne Toledo Lainez

- Licenciada en Comunicación Social

Cargo: Analista de comunicación y relaciones públicas del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Elena.

Sandra Daniela Córdova Yagual

- Licenciada en Diseño Gráfico y Community Manager

Cargo: Comuniti manager

Inclusión	Exclusión
<ul style="list-style-type: none">• Que tenga entre (20 – 30) años• Que tenga redes sociales activas (al menos 4)• Que sea profesional en comunicación o profesional al que se relacione al uso de las redes social• Que sepa utilizar las redes sociales	<ul style="list-style-type: none">• Que sea mayor a 30 años• Que tengan 2 redes activas• Que sea profesional en sin ningún conocimiento de redes sociales• Que sepa comunicar pero que no utilice redes sociales

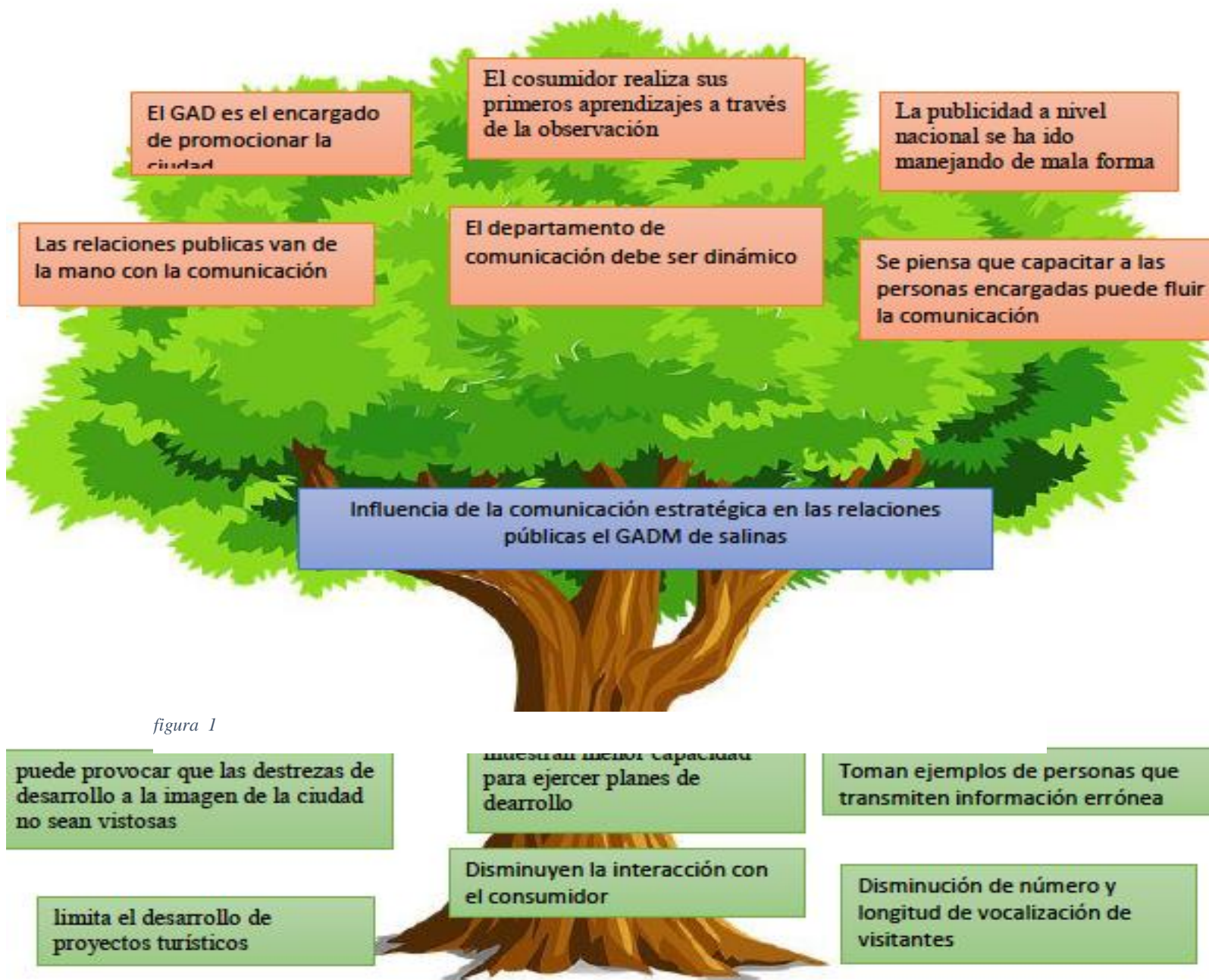


figura 1

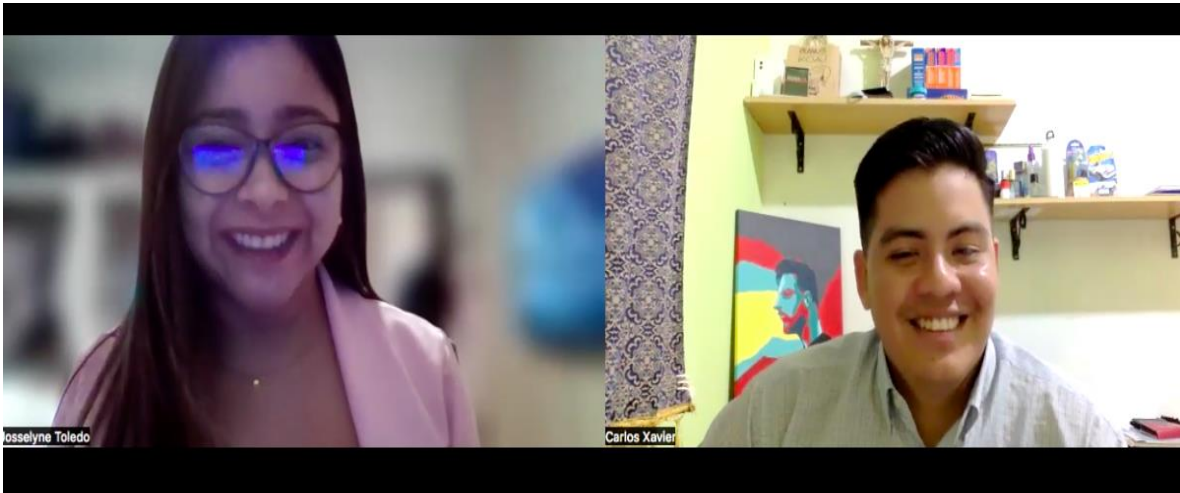


figura 2



figura 3

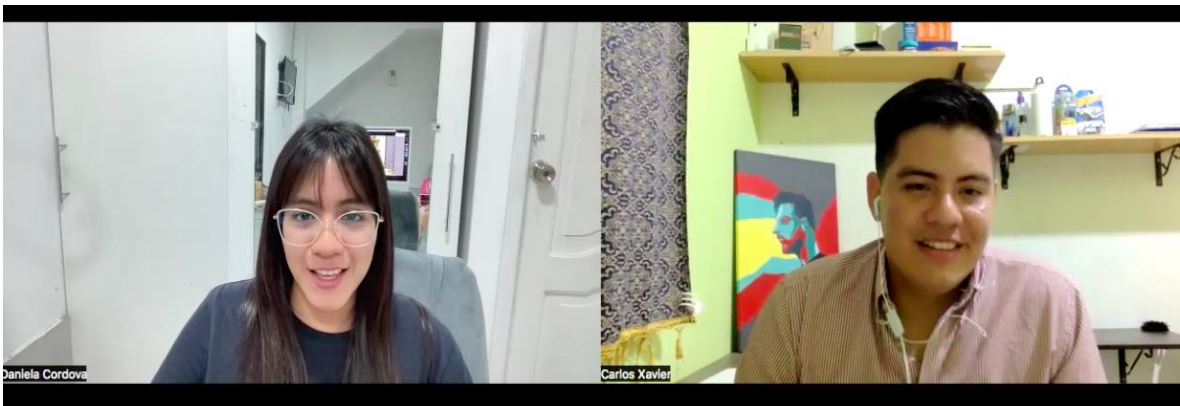


figura 4

figura 5

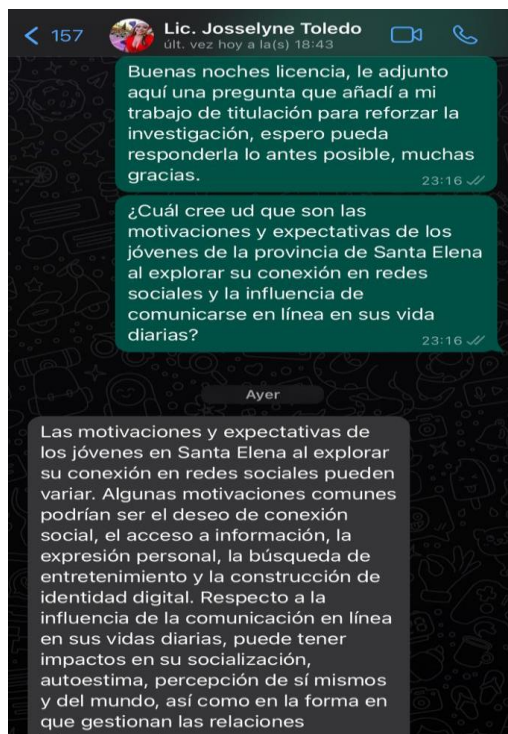


figura 6

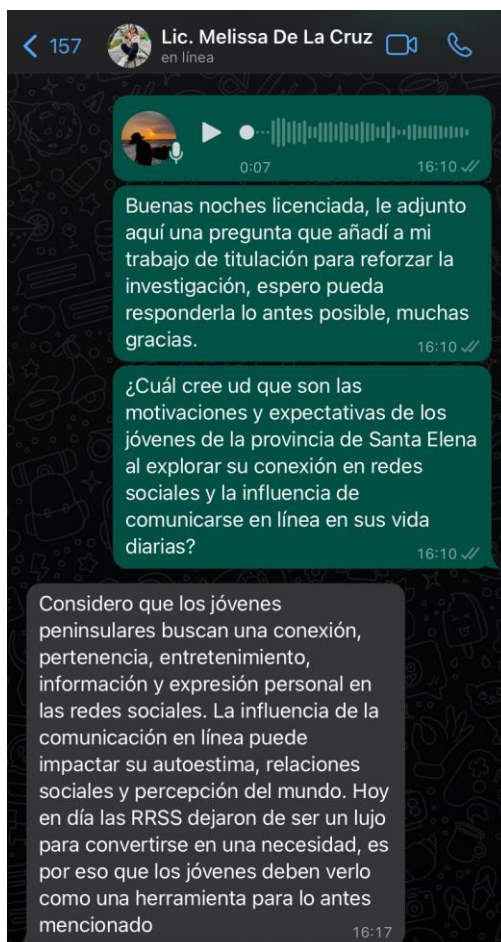


figura 7

