

# **UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

## **Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas**

### **Carrera de Sociología**

Trabajo de integración curricular modalidad proyecto de investigación como un requisito para obtener el título de Licenciado en Sociología.

#### **Título:**

Subjetividad política digital: redes sociodigitales, identidad y opinión pública en los estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar, primer semestre 2026

#### **Autor:**

Álvaro Orlando Martínez Barragán

#### **Tutor:**

Soc. Fredi Fernando Rea García

**Guaranda - Ecuador**

**2026**

**CERTIFICADO DE TUTOR**

Yo, **SOC. FERNANDO FREDI REA GARCÍA MSC**, en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación, designado por disposición del Honorable Consejo, bajo juramento **CERTIFICO: QUE**, el señor **ALVARO ORLANDO MARTINEZ BARRAGAN**, Egresada de la Universidad Estatal de Bolívar, Facultad de Jurisprudencia Ciencias Sociales y Políticas, carrera de Sociología, considero que dicho trabajo reúne los requisitos pertinentes en esta titulación respecto a la modalidad del proyecto de investigación previo a la obtención del Título Licenciado en Sociología; con el tema: **“SUBJETIVIDAD POLÍTICA DIGITAL: REDES SOCIODIGITALES, IDENTIDAD Y OPINIÓN PÚBLICA EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, PRIMER SEMESTRE 2026”**, habiendo trabajado conjuntamente en el desarrollo de este documento, constando el mismo de la autoría de la egresada, por la cual, apruebo y certifico todo lo antes mencionado.

Es todos cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando a la interesada hacer uso de la presente en los trámites referentes respecto a su titulación, así como también, se autoriza la presentación para la calificación por parte del respectivo jurado.

**SOC. FERNANDO FREDI REA GARCÍA MSC****TUTOR**

  
**DECLARACIÓN JURAMENTADA**

Yo, **MARTÍNEZ BARRAGÁN ALVARO ORLANDO** portador de la cedula N° **0201787975** estudiante de la carrera de sociología de la Facultad de Jurisprudencia Ciencias Sociales y Políticas de la Universidad estatal de Bolívar, bajo juramento declaro de forma libre y voluntaria que el presente trabajo de investigación con el tema **“SUBJETIVIDAD POLITICA DIGITAL: REDES SOCIODIGITALES, IDENTIDAD Y OPINIÓN PUBLICA EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, PRIMER SEMESTRE 2026”** Ha sido realizado por mi persona bajo el tutorado del Soc. Fernando Fredi Rea García Msc. Por lo tanto es de mi autoría.

En este sentido debo dejar constancia que las expresiones vertidas en el desarrollo del presente documento se han elaborado en base a la recopilación bibliográfica tanto de libros, revistas, publicaciones, medios de comunicación y demás formas necesarias para la producción de esta investigación.

Atentamente.



**MARTÍNEZ BARRAGÁN ALVARO ORLANDO**

**AUTOR**



*Notaria Tercera del Cantón Guaranda*  
*Msc. Ab. Henry Rojas Narvaez*  
*Notario*



....rio

**Nº ESCRITURA 20260201003P02523**

**DECLARACION JURAMENTADA**

**OTORGADA POR:**

**ALVARO ORLANDO MARTINEZ BARRAGAN**

**INDETERMINADA**

**DI: 2 COPIAS**

**L.L**

Factura: 001-001-000020354

En la ciudad de Guaranda, capital de la provincia Bolívar, República del Ecuador, hoy día cuatro de agosto del dos mil veintiséis, ante mi Abogado HENRY ROJAS NARVAEZ, Notario Público Tercero del Cantón Guaranda, comparece el señor ALVARO ORLANDO MARTINEZ BARRAGAN soltero, con número de celular 0963614520, correo electrónico es [alvaromartinezb1998@gmail.com](mailto:alvaromartinezb1998@gmail.com), domiciliado en el Cantón Echeandía y de paso por este lugar, por sus propios derechos, obligarse a quien de conocerlo doy fe, en virtud de haberme exhibido su documento de identificación, y de autorizar se obtenga el Certificado Único del Registro Civil para ser agregado, conforme el artículo setenta y cinco de la LEY ORGÁNICA DE GESTIÓN DE LA IDENTIDAD Y DATOS CIVILES (LOGIDC); en cumplimiento de la Ley Notarial, la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (LOPD) y su Reglamento General (RLOPD), los datos personales proporcionados en este documento son autorizados por el compareciente al Notario para su uso, verificación, tratamiento y archivo, los cuales reposarán además en los libros de la Notaría Tercera del cantón Guaranda conforme lo prevé la Ley Notarial; bien instruida por mí el Notario con el objeto y resultado de esta escritura pública a la que procede libre y voluntariamente, advertido de la gravedad del juramento y las penas de perjurio, me presenta su declaración Bajo Juramento declaro lo siguiente, Previo a la obtención del Título de licenciado en Sociología de la Carrera de Sociología a través de la Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas, de la Universidad Estatal de Bolívar, manifestó que los criterios e ideas emitidas en el presente trabajo de investigación con el tema: "SUBJETIVIDAD POLITICA DIGITAL: REDES SOCIODIGITALES, IDENTIDAD Y OPINIÓN PUBLICA EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, PRIMER SEMESTRE 2026", es de mi exclusiva responsabilidad en calidad de autor. Es todo cuanto puedo declarar en honor a la verdad, la misma que la hago para los fines legales pertinentes. HASTA AQUÍ LA DECLARACIÓN JURADA. La misma que queda elevada a escritura pública con todo su valor legal. Para el otorgamiento de la presente escritura pública se observaron todos los preceptos legales del caso, leída que le fue al compareciente por mí el Notario en unidad de acto, aquel se ratifica y firma conmigo se incorpora al protocolo de esta Notaria la presente escritura, de todo lo cual doy fe.-

*Alvaro Martinez*

**ALVARO ORLANDO MARTINEZ BARRAGAN**

**C.C. 0801787915**

*Henry Rojas Narvaez*

**ABOGADO HENRY ROJAS NARVAEZ**  
**NOTARIO PUBLICO TERCERO DEL CANTON GUARANDA**



|                                                                                                                                 |                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p>UNIVERSIDAD<br/>ESTATAL<br/>DE BOLÍVAR</p> | <p>UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR<br/>FACULTAD DE JURISPRUDENCIA,<br/>CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS</p> <p>CARRERA DE SOCIOLOGÍA</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### INFORME DE COMPILATION

PARA: Álvaro Orlando Martínez Barragán

DE: Lic. Fernando Fredi Rea Garcia

ASUNTO: Informe de Similitud

FECHA: 03 de junio del 2026

Adjunto al presente, sírvase encontrar el documento final del Proyecto de Integración Curricular titulado "Subjetividad política digital: redes sociodigitales, identidad y opinión pública en los estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar, primer semestre 2026" elaborado por la señor: Álvaro Orlando Martínez Barragán bajo mi dirección, previa a la obtención del título de **LICENCIADO(A) SOCIOLOGIA**, la misma que cumple con los componentes que exige la reglamentación de la Universidad Estatal de Bolívar e incluye el informe de la herramienta Compilario, el cual avala los niveles del 8% de textos sospechoso y el 92% de originalidad del trabajo investigativo.



Certificado de análisis

Compilario Magister+ | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR (UEB)

Tesis\_Álvaro Orlando Martínez Barragán1

ID : c5029445ue942958545b49655954c11e5804a976

Nombre del fichero : Tesis\_Álvaro Orlando Martínez Barragán1.txt

Tamaño del archivo original : 2.951 KB

Número de palabras : 23.429

Número de caracteres : 180048

Depositante : FERNANDO FREDI REA GARCIA

Fecha de depósito : 2 de junio de 2026

Tipo de carga : interface

Fecha de fin de análisis : 2 de junio de 2026



Atentamente,



Lic. Fernando Fredi Rea Garcia , Msg.  
**TUTOR DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

## **DERECHOS DE AUTOR**

Yo; **Álvaro Orlando Martínez Barragán**, portador de la Cédula de Identidad No **0201787975**, en calidad de autor titular de los derechos morales y patrimoniales del Proyecto de Investigación: **Subjetividad política digital: redes sociodigitales, identidad y opinión pública en los estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar, primer semestre 2026**, modalidad Proyecto de Investigación, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El (los) autor (es) declara (n) que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.



**Álvaro Orlando Martínez Barragán**  
Autor

#### iv. Dedicatoria

##### **Para mi familia que son mi razón de ser**

A mi mamá, María por ser tan importante en mi vida y por ser un gran apoyo en cada etapa de mi camino hasta ahora. Gracias por todos los sacrificios que has hecho en silencio a lo largo de mi vida y por todas las noches que has dedicado a orar para que yo alcanzara mis sueños, y por enseñarme que, si trabajas con honestidad, la recompensa llegará, gracias por su amor inmenso.

Fernanda, mi querida hermana, quiero darte mi gratitud por todo tu apoyo como amiga y como hermana, por cada abrazo en los momentos difíciles; por tu risa que me ayudó a superar este camino; por tu lealtad inquebrantable hemos compartido los mismos éxitos en nuestras vidas.

Hermano Luis, aunque estés en el Cielo, siempre estarás presente en mi vida, hubo momentos durante mi camino en los que sentí que el Universo me impulsaba hacia adelante, esa energía eras tú. Compartes mi éxito, pues estás en mi corazón y me acompañas en cada paso de este camino. Te extraño, y hoy desearía que pudieras ver lo lejos que he llegado, creo cosas de las que te sientas orgulloso, y sé que desde donde estés sonríes y te alegras por mí.

Finalmente, gracias a mi novia, Juleidy, por estar a mi lado incluso en los momentos más difíciles de todo este camino. Gracias por tu paciencia, por escucharme cuando necesitaba a alguien con quien hablar y por celebrar cada paso que di como si fueran los mayores logros del mundo, tu amor y apoyo fueron algo que jamás hubiera esperado los guardaré en mi corazón con gratitud. Estoy orgulloso de este logro, pero no puedo atribuírmelo solo a mí; es gracias a todos ustedes que me han apoyado, motivado y creído en mí cuando yo ni yo lo hacía. Ustedes contribuyeron de alguna manera a este proyecto dejado su huella, su amor y su fe en cada página de este documento.

Va por ustedes y también por ti hermano que desde el cielo siempre supiste que lo lograría.

## v. Agradecimiento

Quiero expresar el agradecimiento a la Carrera de Sociología y a la Universidad Estatal Bolívar, les agradezco la educación recibida en su universidad, la cual trascendió las aulas y me permitió comprender la realidad social con claridad, sensibilidad y sentido de responsabilidad. Cada lección, debate y oportunidad de aprendizaje, tanto emocional como intelectual, moldeó mi experiencia académica y me inspiró a superar mis propias limitaciones.

A mi tutor de tesis el Soc. Fredi Fernando Rea García, por el apoyo constante, el rigor académico y la paciencia que demostró durante todo el proceso, desde las etapas iniciales hasta la versión final de mi proyecto. Sus observaciones detalladas y su guía constante contribuyeron a que el nivel de investigación alcanzado en este trabajo fuera el que se produjo. Gracias por su apoyo para entender que la mejor investigación está basada en el compromiso con la verdad y el conocimiento. Aprecio a todos los estudiantes de primero de año que completaron el cuestionario porque me proporcionaron la oportunidad de escuchar sobre sus experiencias y por ser honestos contándolas.

Aprecio su ayuda familiar en este proceso, especialmente por animarme cuando lo necesité y estar ahí cuando lo necesité para entender ciertas circunstancias que ocurrieron mientras yo estaba ausente. Todos mis logros siempre llevarán tu nombre de todos los que de alguna manera formaron parte de este camino, ya sea con una palabra, un consejo o simplemente con su presencia muchísimas gracias este trabajo también les pertenece.

Con amor y gratitud.

Álvaro Orlando Martínez Barragán

## Índice General (índice de tablas, índice de figuras)

|      |                                                                                                                                                                          |    |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| i.   | Página de la declaración de autoría.....                                                                                                                                 | 2  |
| ii.  | Página de la declaración juramentada /cesión de reproducción (notarizada) .....                                                                                          | 3  |
| iii. | Página en la cual conste el acta de la nota del jurado ..... <b>¡Error! Marcador no definido.</b>                                                                        |    |
| iv.  | Informe de la originalidad de Turnitin.....                                                                                                                              | 5  |
| v.   | Dedicatoria.....                                                                                                                                                         | 7  |
| vi.  | Agradecimiento.....                                                                                                                                                      | 8  |
|      | Capítulo I: Problema.....                                                                                                                                                | 13 |
|      | 1. Titulo.....                                                                                                                                                           | 13 |
|      | 1.1 Resumen - abstract.....                                                                                                                                              | 13 |
|      | Abstract.....                                                                                                                                                            | 15 |
|      | 1.2 Introducción .....                                                                                                                                                   | 16 |
|      | 1.3 Planteamiento del problema.....                                                                                                                                      | 18 |
|      | 1.4 Formulación del problema .....                                                                                                                                       | 21 |
|      | 1.5 Hipótesis .....                                                                                                                                                      | 21 |
|      | 1.6 Variables .....                                                                                                                                                      | 21 |
|      | 1.7 Objetivo.....                                                                                                                                                        | 22 |
|      | • Identificar las principales teorías sociológicas y de la comunicación que sustentan el estudio de la subjetividad política digital en estudiantes universitarios. .... | 22 |

|                                                                                                                                                                                                                                                      |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| • Analizar los patrones de uso de las redes sociodigitales y su influencia en la construcción de la identidad política digital y la formación de la opinión pública de los estudiantes de primer semestre de la Universidad Estatal de Bolívar. .... | 22 |
| • Describir las actitudes, opiniones y competencias de los estudiantes frente al consumo y la producción de contenido político en redes sociodigitales, identificando sus fortalezas y limitaciones ante la desinformación política.....             | 22 |
| 1.8 Justificación .....                                                                                                                                                                                                                              | 23 |
| Capítulo II - Marco Teórico .....                                                                                                                                                                                                                    | 26 |
| 2.1 Marco Histórico .....                                                                                                                                                                                                                            | 26 |
| 2.1.1 Evolución de las redes sociodigitales y la política digital .....                                                                                                                                                                              | 26 |
| 2.1.2 El surgimiento de Internet y la primera fase de la política digital 1990 - 2010.....                                                                                                                                                           | 28 |
| 2.1.3 La era de las redes sociodigitales y las políticas 2010 -2020 .....                                                                                                                                                                            | 29 |
| 2.1.4 La brecha digital actúa como factor histórico para entender la subjetividad política de los jóvenes en la provincia de Bolívar. ....                                                                                                           | 30 |
| 2.2 Marco Teórico.....                                                                                                                                                                                                                               | 31 |
| 2.2.1 La subjetividad política digital y los fundamentos teóricos conceptuales .....                                                                                                                                                                 | 31 |
| 2.2.2. Teoría de la Hegemonía cultural de Antonio Gramsci (1999).....                                                                                                                                                                                | 32 |
| 2.2.3 Teoría de Dispositivos de poder de Michael Foucault (1980).....                                                                                                                                                                                | 36 |
| 2.2.4 Teoría de la Sociedad en red de Manuel Castells (2010).....                                                                                                                                                                                    | 41 |

|                                                                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.2.5 Teoría de los 3 Gramsci, Foucault y Castells para la investigación de la subjetividad política digital ..... | 46 |
| 2.3 Marco Legal .....                                                                                              | 49 |
| 2.3.1 La Constitución de la República del Ecuador (2008) y los derechos digitales.....                             | 49 |
| 2.3.2 Ley Orgánica de Comunicación y entorno digital .....                                                         | 51 |
| 2.3.3 La Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y la subjetividad digital.....                             | 52 |
| Capítulo III - Metodología .....                                                                                   | 54 |
| 3.1 Método de investigación .....                                                                                  | 54 |
| 3.2 Tipo de investigación .....                                                                                    | 55 |
| 3.3 Técnicas e instrumentos de investigación.....                                                                  | 56 |
| 3.4 Criterios de Inclusión y de exclusión.....                                                                     | 59 |
| 3.5 Población y muestra.....                                                                                       | 60 |
| 3.6 Localización geográfica del estudio.....                                                                       | 61 |
| 3.7 Fases de recolección de datos .....                                                                            | 62 |
| 3.8 Análisis de los datos.....                                                                                     | 63 |
| Capitulo IV – Resultados y Discusión .....                                                                         | 64 |
| 4.1 Resultados.....                                                                                                | 64 |
| 4.1.1 Resultado de la aplicación de las variables.....                                                             | 64 |
| 4.1.2 La identidad política digital preguntas 6 al 11.....                                                         | 71 |
| 4.1.3 Opinión pública digital .....                                                                                | 80 |

|                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------|-----|
| 4.1.4 Las competencias de alfabetización digital crítica..... | 87  |
| 4.2 Discusión.....                                            | 93  |
| Capítulo V - Conclusiones y Recomendaciones .....             | 98  |
| 5.1 Conclusión .....                                          | 98  |
| 5.2 Recomendaciones .....                                     | 100 |
| BIBLIOGRAFÍA .....                                            | 101 |
| ANEXOS .....                                                  | 105 |
| Anexo 1: Formato de la Encuesta .....                         | 105 |
| Anexo 2 Respuesta de los estudiantes .....                    | 110 |
| Anexo 3: Fotos de las evidencias.....                         | 112 |
| .....                                                         | 113 |
| .....                                                         | 114 |

## Capítulo I: Problema

### 1. Título

Subjetividad política digital: redes sociodigitales, identidad y opinión pública en los estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar, primer semestre 2026.

#### 1.1 Resumen - abstract

En Ecuador, entre los jóvenes universitarios la Subjetividad Política digital y, el alto uso de redes sociodigitales despierta una atención académica creciente. Pues los investigadores exploran cómo esas plataformas moldean la forma en que los alumnos entienden su postura política, aunque también interesa saber cómo afecta esto a la construcción de opiniones públicas. Además, resulta clave examinar si ciertos espacios favorecen o limitan habilidades para analizar contenido político con perspectiva crítica sobre sus vínculos digitales en temas políticos.

Un estudio con enfoque mixto y base descriptiva utilizó una encuesta de 20 preguntas, cada uno con opciones múltiples. Esta herramienta se dividió en cuatro áreas prácticas en redes sociodigitales, formas de identidad política online, dinámicas de opinión pública digital y habilidades para leer información crítica. Aplicada durante mayo del año 2026, llegó a 369 alumnos de una población de  $N= 9.400$  estudiantes de primer semestre de varias facultades de la Universidad Estatal de Bolívar. Además, sus respuestas revelan que interactúan con contenidos políticos desde reacciones espontáneas, guiadas por emociones antes que análisis, poco entrenados para detectar engaños digitales, muchos carecen de estrategias sólidas ante noticias falsas.

La brecha digital entre las zonas rurales y urbanas resultó ser el factor estructural más importante: el 40,1% de las personas entrevistadas reporta tener un acceso digital limitado debido

a malas conexiones móviles u dependencia de Internet estudiantil, lo que limita el tipo de plataformas que pueden utilizar y el contenido político al que tienen acceso. El 70,3% señala que la Universidad Estatal de Bolívar no les proporciona suficientes recursos para navegar adecuadamente el ecosistema digital, situación que plantea una responsabilidad docente inmediata en términos de alfabetización mediática para el establecimiento.

**Palabras claves:** *subjetividad política digital, redes sociales, identidad política, opinión pública, alfabetización digital critica, Universidad Estatal de Bolívar, brecha digital.*

## Abstract

In Ecuador, digital political subjectivity among college students and the widespread use of social media are attracting growing academic attention. Researchers are exploring how these platforms shape the way students understand their political stance, though there is also interest in how this affects the formation of public opinion. Furthermore, it is crucial to examine whether these spaces foster or limit the ability to critically analyze political content regarding their digital connections to political issues.

A mixed-methods, descriptive study used a 20-question survey, each question with multiple-choice options. This tool was divided into four practical areas: social media, forms of online political identity, digital public opinion dynamics, and critical information literacy skills. Administered in May 2026, the survey reached 369 students from a population of 9,400 first-semester students across various faculties at the State University of Bolívar. Furthermore, their responses revealed that they interact with political content through spontaneous reactions, driven by emotions rather than analysis. They are poorly trained to detect digital deception, and many lack robust strategies for dealing with fake news.

The digital divide between rural and urban areas emerged as the most significant structural factor: 40.1% of those interviewed report limited digital access due to poor mobile connections or reliance on student internet services, which restricts the types of platforms they can use and the political content they can access. Furthermore, 70.3% indicate that the State University of Bolívar does not provide sufficient resources to navigate the digital ecosystem effectively—a situation that places an immediate responsibility on the institution regarding media literacy.

**Keywords:** digital political subjectivity, social media, political identity, public opinion, critical digital literacy, Bolívar State University, digital divide.

## 1.2 Introducción

La investigación busca analizar la subjetividad política digital de los estudiantes de primer semestre de distintas carreras donde se pueden observar el uso excesivo de medios digitales dentro de la Universidad Estatal de Bolívar y en general dentro de la ciudad de Guaranda en el 2026. En Ecuador y en el resto de América Latina las redes sociodigitales son el principal espacio donde los jóvenes se informan sobre política en esas redes los jóvenes forman sus opiniones y los jóvenes construyen sus identidades ciudadanas. Los procesos de elecciones de 2021 – 2023 y 2025, dejaron ver que las plataformas como TikTok, Instagram, Facebook y WhatsApp influyen en las preferencias en política de los jóvenes de Ecuador, por eso hay que estudiar cómo el poder de esas plataformas se muestra en el contexto de la universidad de la provincia de Bolívar.

La motivación de este trabajo es entender un fenómeno social que vemos ahora los estudiantes universitarios de primer semestre llegan a la institución con identidades políticas que ya moldean los algoritmos de TikTok, los grupos de WhatsApp de sus comunidades y los videos de Instagram, también no verifican la información que consumen, no tienen una posición política y a veces sienten miedo de expresar públicamente lo que piensan sobre política. La situación genera consecuencias en la calidad de la participación de los ciudadanos en la democracia de la provincia de Bolívar y a su gente.

**Capítulo I:** Se presenta la problemática central el cual motivo al estudio, que explica la naturaleza del problema de investigación el tamaño y muestra la relevancia del problema para la teoría, para la sociedad y para la educación, y el autor sitúa el problema de investigación en el contexto de la Universidad Estatal de Bolívar y de la provincia de Bolívar. Además, la formulación, la hipótesis de investigación, la identificación de las variables, los objetivos generales del problema

de investigación, los objetivos específicos del problema de investigación y la justificación del estudio.

**Capítulo II:** Desarrolla el Marco Teórico que apoya la investigación se incluye los conceptos fundamentales que abordan para el Marco Histórico de la subjetividad política y digital de Ecuador. La teoría de la hegemonía cultural de Antonio Gramsci (1999) explica cómo las plataformas digitales replican los principios ideológicos dominantes en cuanto a política; la teoría de los dispositivos de poder de Michel Foucault (1980) nos permite analizar cómo los algoritmos generan tipos de sujetos políticos particulares mediante sistemas de control y conformidad; y la teoría de la sociedad en red de Manuel Castells (2010) coloca a los estudiantes universitarios dentro de la arquitectura planetaria de la comunicación digital y explica cómo este estatus en dicha red determina sus identidades políticas. El Marco Conceptual articula estas tres miradas teóricas con las cuatro variables de nuestra investigación.

**Capítulo III:** En el enfoque de la metodología del estudio se integra un enfoque mixto y un modelo descriptivo. El autor usa una encuesta de selección múltiple de 20 preguntas que sirve para recolectar los datos y aplican la encuesta a 369 estudiantes de primer semestre de distintas carreras se eligieron los estudiantes mediante muestreo intencional por variación máxima la encuesta se aplica en mayo de 2026.

**Capítulo IV:** Los resultados obtenidos mediante la encuesta de selección múltiple aplicada a los 369 estudiantes de primer semestre de la Universidad Estatal de Bolívar en mayo de 2026 son utilizados para desarrollar una reflexión sobre la forma en que están adquiriendo los jóvenes universitarios de la provincia de Bolívar la subjetividad política digital. Enseguida se presentan los cuatro bloques temáticos identificados en la investigación uso de las redes sociales digitales, identidad política digital, opinión pública digital y competencia de alfabetización digital crítica

junto con las ideas del Marco Teórico y con las investigaciones ecuatorianas sobre política comunicativa digital y subjetividad ciudadana en contextos digitales.

**Capítulo V:** Finalmente, ofrece las conclusiones de los hallazgos de la investigación y da recomendaciones para las autoridades de la Universidad Estatal de Bolívar, para los docentes, para los estudiantes y para los que hagan investigaciones en el futuro. El estudio busca dar pruebas en una zona para entender cómo se forma el pensamiento de la política de los jóvenes estudiantes de la universidad en el tiempo de la tecnología y para mostrar cómo la universidad puede mejorar la educación de la ciudadanía.

### 1.3 Planteamiento del problema

El problema a investigar sobre el tema 'Subjetividad política digital redes sociodigitales, identidad y opinión pública en los estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar, primer semestre 2026 es analizar cómo las redes sociodigitales influyen en la forma en que los jóvenes universitarios forman la subjetividad política. Las redes sociodigitales afectan la forma en que los jóvenes universitarios construyen la subjetividad política en una región donde hay desigualdad de acceso a la tecnología, donde existen normas sociales que conservan valores y donde la cultura de verificación de información no se practica.

El uso masivo de las redes sociodigitales es un tema importante a nivel internacional porque ha cambiado mucho los espacios donde los jóvenes forman su pensamiento político, las plataformas como TikTok, Instagram, Facebook y WhatsApp no son solo canales de comunicación; son herramientas que crean formas de pensar político al decidir qué información se muestra, qué emociones aparecen y qué posiciones políticas se apoyan o se ocultan. Han (2022) dice que la digitalización ha creado una crisis en la democracia deliberativa porque cambia el

argumento racional por la emoción viral. Se mostró que los algoritmos de recomendación hacen burbujas de filtro y hacen que las creencias que ya tiene cada usuario se vuelvan más fuertes y dificultan que cada usuario vea perspectivas políticas distintas.

El efecto de la desinformación política en las redes influye en la formación de la opinión pública de los jóvenes universitarios. En Ecuador, investigaciones como la de Vásquez Chicaiza (2024) demuestran que los universitarios tienen dificultades para distinguir la información que se verifica de la desinformación que circula en entornos de confianza, como los grupos de WhatsApp, los universitarios no pueden distinguir la información que se verifica de la desinformación cuando la desinformación llega a los grupos de WhatsApp. El problema empeora en los contextos del campo como los de la provincia de Bolívar la falta de infraestructuras de internet reduce la capacidad de los estudiantes para obtener información política.

Esta situación afecta la autoestima política de los estudiantes y modifica la forma en que perciben su lugar en el espacio público digital. Los resultados de la investigación muestran que el 27,1% de los 369 encuestados no publica opiniones políticas en redes porque le da miedo que lo critiquen. El miedo al juicio social limita la participación ciudadana digital de los jóvenes y evidencia la influencia de las normas sociales conservadoras del entorno serrano de la provincia de Bolívar sobre la expresión política en el espacio digital que documentaron que este temor al juicio social es uno de los principales inhibidores de la participación política en línea de los jóvenes ecuatorianos, y los datos de esta investigación confirman ese hallazgo en el contexto específico de la UEB.

En Ecuador, el gobierno ha puesto en marcha políticas de transformación de la tecnología para mejorar la conectividad y la alfabetización en el uso de la tecnología de la ciudadanía (MINTEL, 2023). La distancia entre esas políticas y la realidad del día a día de los estudiantes de

la provincia de Bolívar sigue siendo una diferencia. Bryan Lema, estudiante de Sociología de Chimbo, solo se conecta a internet cuando está en la universidad o en un sitio con WiFi. Bryan Lema pierde mucho acceso a información política y su capacidad de participar en el debate público en internet permite estar en igualdad de condiciones con los pares de la ciudad de Guaranda, la capacidad abre puertas.

En el cantón Guaranda, provincia de Bolívar, se observaron las redes sociales utilizadas por los estudiantes universitarios reflejando rasgos típicos de su entorno geográfico, que se localiza dentro de Colombia y está sujeta a condiciones de pobreza relativa. Las conclusiones de la investigación revelan que los estudiantes procedentes de regiones rurales como Chimbo, San Miguel, Salinas y Echeandía se concentran en las redes sociales Facebook y WhatsApp, donde abunda la difusión de información sin control y con menor contenido político diverso. Por otro lado, los estudiantes residentes en la ciudad de Guaranda generalmente utilizan TikTok e Instagram; además, dedican cerca de cuatro horas al día a estas plataformas lo que implica un atraso digital territorial vinculado tanto a cuestiones técnicas como políticas.

La carrera de Sociología, al igual que las carreras de Derecho, Educación Básica y criminología que aparecen en esta investigación, tiene un papel importante en la formación de profesionales que analizan los fenómenos sociales y proponen soluciones a los problemas de la comunidad. La subjetividad política digital de los estudiantes de primer semestre es un tema de estudio muy importante para la institución que tiene la responsabilidad de formar ciudadanos y ciudadanas que puedan usar el espacio digital con pensamiento crítico y compromiso democrático.

### 1.4 Formulación del problema

**¿Cómo se construye la subjetividad política digital de los estudiantes de primer semestre de la Universidad Estatal de Bolívar a partir del uso de las redes sociodigitales en el primer semestre de 2026, así como qué consecuencias tiene ese proceso sobre el desarrollo de su identidad política y de su opinión pública?**

### 1.5 Hipótesis

El uso de las redes sociodigitales que impacta de manera significativa la formación de la subjetividad política en los estudiantes de primer semestre de la UEB, recurriendo sobre su identidad política digital y el desarrollo de su opinión pública.

#### **VARIABLES:**

##### **Variable Dependiente:**

Subjetividad Política Digital

##### **Variable Independiente:**

Uso de las redes sociodigitales

### 1.6 Variables

#### ***1.6.1 La variable dependiente***

Subjetividad Política Digital, es la manera de como los estudiantes van construyendo sus opiniones e identidad política de sus entornos digitales.

### ***1.6.2 Variable Independiente***

Uso de las redes sociodigitales, el nivel de la interacción de los estudiantes y su utilización en las plataformas digitales sobre contenido político

## **1.7 Objetivo**

### **1.7.1 Objetivo General**

Analizar la influencia del uso de las redes sociodigitales en la construcción de la subjetividad política digital de los estudiantes de primer semestre de la Universidad Estatal de Bolívar durante el período 2026.

### ***1.7.2 Objetivos Específicos***

- Identificar las principales teorías sociológicas y de la comunicación que sustentan el estudio de la subjetividad política digital en estudiantes universitarios.
- Analizar los patrones de uso de las redes sociodigitales y su influencia en la construcción de la identidad política digital y la formación de la opinión pública de los estudiantes de primer semestre de la Universidad Estatal de Bolívar.
- Describir las actitudes, opiniones y competencias de los estudiantes frente al consumo y la producción de contenido político en redes sociodigitales, identificando sus fortalezas y limitaciones ante la desinformación política.

### 1.8 Justificación

La presente investigación inicia titulado La subjetividad política digital en los estudiantes de la UEB del primer semestre da la información para entender mejor los desafíos que tienen los estudiantes con la formación política en la red. Además, el desarrollo ayuda a diseñar estrategias de intervención en la educación y en la institución que fortalecen la capacidad de los estudiantes para ejercer la ciudadanía en el entorno en la red.

La siguiente investigación surge ante la necesidad entender un fenómeno social que ocurre y tiene una creciente relevancia que ha ganado importancia con el tiempo, los jóvenes universitarios de Ecuador usan las redes sociales de internet y esas redes sociales cambian la forma en que los jóvenes forman sus identidades que tienen que ver con la política y sus opiniones de la gente en el país. Los procesos electorales de 2021 y 2023 mostraron que TikTok, Instagram y WhatsApp influyen en las preferencias de los jóvenes en la política. Los estudios de Obando Muñoz (2021); Moreno Morán (2025) y Pulla Zambrano (2023) documentaron ese poder en el contexto ecuatoriano, los investigadores no consideraron las particularidades de las regiones rurales, como la provincia de Bolívar.

La investigación busca saber qué redes usan los estudiantes y cuánto tiempo pasan en las redes quiere conocer cómo las prácticas cambian la forma en que los estudiantes piensan la política quiere ver si los estudiantes están dispuestos a participar en el debate público digital y quiere saber si los estudiantes pueden reconocer la desinformación y cuestionar la desinformación. La Universidad Estatal de Bolívar está en una provincia con mucha ruralidad y pobreza, que brinda un contexto de estudio para la brecha digital condiciona la subjetividad política de los jóvenes universitarios.

El proyecto tiene razones de la academia y la ciencia, la subjetividad política en línea de los estudiantes de la universidad en el campo de Ecuador constituye el tema de la investigación que aún no se ha desarrollado busca aportar la evidencia con los datos y el contexto. Los hallazgos sirven de base para los estudios comparativos con las otras provincias del Ecuador y con la región andina ayudan a crear los marcos teóricos que unen las ideas sociológicas clásicas con los fenómenos concretos de la comunicación política digital en América Latina.

Estas cuestiones son importantes no solo para la academia, sino también para el bienestar social y la calidad democrática de la provincia de Bolívar. Es necesario conocer las actitudes de los jóvenes universitarios hacia la política digital que permite crear políticas educativas que fortalezcan la formación ciudadana de los jóvenes universitarios. Conocer esas actitudes también permite diseñar programas de alfabetización mediática que respondan a las necesidades de los jóvenes universitarios que ayuda a promover una participación política digital más informada y crítica entre los jóvenes universitarios que egresarán de la Universidad Estatal de Bolívar.

Primero, este proyecto es posible, la Universidad Estatal de Bolívar tiene el contexto y los recursos necesarios para llevarlo a cabo tiene acceso directo a los estudiantes de primer semestre está dispuesta a apoyar investigaciones en ciencias sociales que cuenta con un cuerpo docente comprometido con la formación ciudadana crítica. La investigación se alinea con las líneas estratégicas del Plan Nacional de Desarrollo del Ecuador en transformación digital y en fortalecimiento de la ciudadanía activa.

La investigación gana relevancia política e institucional más allá del ámbito académico, que tiene como propósito describir qué redes utilizan los estudiantes, el tiempo

que dedican a ellas, y cómo tales prácticas afectan la formación de sus ideas políticas.

Preguntamos a los estudiantes si la universidad ayuda a los estudiantes a desarrollar las competencias críticas que los estudiantes necesitan para navegar el ecosistema informacional digital del Ecuador actual.

## Capítulo II - Marco Teórico

### 2.1 Marco Histórico

#### 2.1.1 Evolución de las redes sociodigitales y la política digital

Durante las dos últimas década el concepto de subjetividad política digital ha ocupado un lugar central en la teoría sociológica y política contemporánea, al entenderla exige trascender las perspectivas que la reducen a un conjunto de opiniones o preferencias individuales para reconocerla como un proceso complejo de construcción social, histórica y culturalmente mediada, la subjetividad política es el conjunto de disposiciones, valores, creencias, emociones y formas de percepción a través de las cuales los encuestados y los colectivos se relacionan con el poder, la ciudadanía y la vida pública integrando dimensiones cognitivas, afectivas y prácticas que orientan la acción política.

Desde un punto de vista histórico, la relación entre comunicación y política ha experimentado grandes cambios que requieren un cronograma. La prensa escrita del siglo XIX permitió el surgimiento de una nueva esfera pública dirigida por ciudadanos cultos que participaban en la deliberación racional como el estándar de la democracia liberal. Las radios y televisiones del siglo XX introdujeron este panorama, ofreciendo auditorios mayores y menos activos cuyas respuestas políticas fueron manipuladas por narrativas estatales o corporativas. En América Latina, esto se relacionó con la historia de los regímenes dictatoriales, la presidencia militar, y las transiciones democráticas que ocurrieron entre los años sesenta y setenta del presente siglo. Este cambio generó nuevas formas de identidad política dentro de América Latina y Ecuador,

especialmente por la ausencia institucional, el miedo a participar activamente y la falta de conexión entre ciudadanos e instituciones del estado.

En Ecuador en particular, este problema tiene características especiales en el marco de la crisis política de representación y la desconfianza hacia las instituciones durante el estallido social y los ciclos electorales sucesivos desde 2021 hasta 2023 y 2025; este periodo fue caracterizado por la polarización, la desconfianza institucional, y por una forma original de politización juvenil que ocurre a través de plataformas digitales. Los jóvenes universitarios que hoy son herederos de este contexto y al mismo tiempo actores que lo resignifican desde sus prácticas digitales cotidianas construyendo subjetividades políticas que merecen ser estudiadas con rigor académico.

Desde la tradición la subjetividad política no puede comprenderse al margen de las relaciones de hegemonía que estructuran una determinada formación social los sujetos no son agentes racionales y autónomos que actúan con plena conciencia de sus intereses por el contrario sus visiones del mundo sus sentidos comunes y sus orientaciones políticas están profundamente condicionados por los procesos de socialización, por las instituciones que producen y legitiman el conocimiento y por las relaciones de dominación que permean la totalidad del tejido social. Desde esta perspectiva es especialmente pertinente poder analizar la subjetividad política digital de redes sociales la identidad y opinión de los jóvenes de la Universidad Estatal de Bolívar en el Ecuador, que permite interrogar de qué manera las redes sociodigitales en tanto instituciones mediadoras de la experiencia social reproducen cuestionan o transforman determinadas formas hegemónicas de ver y entender la política.

### 2.1.2 El surgimiento de Internet y la primera fase de la política digital 1990 - 2010

Con la llegada de Internet a partir de finales de los años noventa del siglo pasado, comenzó una primera etapa de transformación de la subjetividad política a través de la red. Su inicio fue visto como un momento propicio para establecer un nuevo orden basado en un concepto fundamentalmente democrático: la horizontalidad en la circulación comunicacional y el acceso equitativo al conocimiento. Este panorama fue abordado inicialmente por teóricos como Negroponte (1995), quien se refirió al Internet como el principio de un nuevo sistema político, y Rheingold (1993), el cual visualizó una comunidad virtual que recuperaría la participación política y reactivaría las democracias arruinadas por el consumismo televisivo.

En retrospectiva, esta visión optimista fue rápida en concluir su estatus de aspiración. La centralización de las empresas digitales en la gestión de infraestructuras, el vacío entre países más avanzados e indigentes, así como la persistencia del fenómeno de la desigualdad en términos económicos como condición del uso de internet, sugieren que Internet ha repetido y, en algunos casos, amplificado estas desigualdades preexistentes en lugar de erradicarlas.

En América Latina, y especialmente en Ecuador, la expansión de Internet tuvo lugar en una etapa inicial y estaba marcada por la desigualdad geográfica de su cobertura. Aunque llegó antes a las áreas urbanas y a aquellos sectores que poseen niveles educativos y económicamente más elevados, se dejaron fuera de la red amplios espacios rurales y regiones pobladas por personas con bajos ingresos.

En términos políticos, durante esta primera etapa de digitalización, en Ecuador ocurrieron periodos de crisis política. La situación estuvo dominada por tres golpes de Estado entre 1997 y 2005, interrumpida por un breve periodo de gobierno y culminada con la elección de Rafael Correa como presidente en 2007. A lo largo de este período, las organizaciones indígenas e instituciones

sociales usaron Internet como medio para defenderse contra las políticas del ajuste neoliberal. Por cierto, esto ocurrió más adelante y en forma parcialmente limitada en aquellos grupos que tenían acceso a la tecnología.

### **2.1.3 La era de las redes sociodigitales y las políticas 2010 -2020**

Las dos etapas iniciales de la transformación digital de la política se iniciaron por medio de la masificación de las redes sociodigitales, particularmente desde la mitad de la década inicial del segundo milenio. La entrada de plataformas como Facebook, Twitter y YouTube en escena influyó significativamente sobre cómo las personas interactuaban y compartían información en relación con políticas públicas. Los acontecimientos de las revoluciones árabes en 2010 y 2011, el movimiento 'los Indignados' en España, el protestante 'Occupy Wall Street' en EE. UU. y numerosas movilizaciones latinoamericanas en esa época fueron considerados inicialmente una manifestación del poder político de las redes sociodigitales como herramientas para unificar la ira civil y desafiar a aquellos en poder.

En Ecuador, esa década fue decisiva para enfrentarse al gobierno de la Revolución Ciudadana y los medios de comunicación privados, lo que condujo a la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación de 2013 y provocó una contienda por el control de los medios digitales. Las redes sociales y las plataformas digitales fueron transformadas en el principal escenario de la batalla política, con el gobierno empleando Twitter y YouTube para comunicarse con la población y los sectores contrarios usando Facebook para organizar acciones y exponer los hechos falsos mediante Facebook. Esta transición cambió las formas de participación política en los jóvenes ecuatorianos, quienes demostraron tener más exposición a la controversia política; sin embargo,

también mostraron un incremento de confusión cuando se trata de diferenciar la información correcta de las noticias falsas.

Desde una perspectiva sociológica inspirada en Foucault (1980), esa era fue un momento en que las plataformas digitales surgieron como nuevas máquinas de poder capaces de producir subjetividades políticas mediante el proceso de vigilancia, clasificación y modulación del comportamiento de los usuarios. Los algoritmos de recomendación de Facebook y YouTube se convirtieron en máquinas de generación de identidades políticas al seleccionar la información visible para cada individuo basándose en su interacción previa, lo que creaba círculos informacionales confinados que potenciaban las ideas ya existentes antes que ofrecerlas a consideración de distintas visiones alternativas.

#### **2.1.4 La brecha digital actúa como factor histórico para entender la subjetividad política de los jóvenes en la provincia de Bolívar.**

La provincia de Bolívar se encuentra entre las regiones más pobres del Ecuador y, según el INEC (2023), tiene índices de conectividad digital muy bajos, especialmente en áreas rurales. Los informes del INEC señalan que el nivel de accesibilidad a Internet en zonas rurales de la sierra centro está por debajo de la media nacional. Además, la cobertura de señal en las comunidades rurales del Guaranda, Chillanes, Chimbo, Echeandía, Las Naves, Caluma y San Miguel (cantones formadores de la provincia) suele ser deficiente para utilizar plataformas online como TikTok o YouTube, afectando su calidad general. Este déficit digital no solo es una cuestión técnica; representa un antecedente histórico en la forma de entender el fenómeno político por parte de los jóvenes locales.

Estudiantes Los estudiantes de primer semestre de la Universidad Estatal de Bolívar (UEB) provenientes de las comunidades rurales de la provincia de Bolívar utilizan plataformas digitales muy distintas a los estudiantes de las ciudades de Guaranda o a los de otros pueblos de Provincia donde hay mayor acceso a Internet. Esto no solamente se refiere a los tipos de plataformas que pueden usar (WhatsApp y Facebook frente a TikTok e Instagram), sino también a las cosas que ven, cómo se comportan con respecto a los algoritmos y, por ende, a cómo construyen su yo político. En conclusión, esta brecha digital en la provincia de Bolívar, en el contexto latinoamericano, representa un ejemplo contemporáneo de las desigualdades históricas en que ha estado implicada la región. Este estudio trata de documentar y analizar dichas desigualdades de manera sociológica.

## **2.2 Marco Teórico**

### **2.2.1 La subjetividad política digital y los fundamentos teóricos conceptuales**

La base teórica de esta investigación está basada en tres teorías sociológicas que proporcionan una perspectiva integral para analizar la formación de la subjetividad política digital de estudiantes universitarios del primer semestre de la Universidad Estatal de Bolívar. La teoría de la hegemonía cultural propuesta por Antonio Gramsci (1999), la teoría de los dispositivos de poder desarrollada por Michel Foucault (1980), y la teoría de la sociedad en red presentada por Manuel Castells (2010) explican distintos aspectos del fenómeno. Juntas, estas perspectivas ayudan a entender cómo las plataformas digitales juegan un papel en repetir la hegemonía, sirven como dispositivos para crear subjetividad, y funcionan como vías principales en la nueva arquitectura del poder social. Además,

estos enfoques sociológicos permiten explicar cómo las diferentes plataformas digitales interconectadas influyen en la formación de la subjetividad política digital.

Las teorías y las evidencias dicen que la formación universitaria puede influir mucho, aunque la formación universitaria no se usa lo suficiente, para que los jóvenes comprendan mejor el entorno en línea. La universidad debe enseñar habilidades de alfabetización mediática en línea a los jóvenes y debe crear herramientas de análisis para que los jóvenes comprendan la comunicación política que tiene las tareas como desafíos de enseñanza en el Ecuador de la era de la información del siglo XXI.

### **2.2.2. Teoría de la Hegemonía cultural de Antonio Gramsci (1999)**

Para Antonio Gramsci (1999), la subjetividad política depende de las relaciones de hegemonía y de los procesos de socialización explica cómo las redes sociodigitales reproducen las formas hegemónicas de entender la política en los Cuadernos de la Cárcel escritos entre 1929 y 1935 mientras estaba en prisión bajo el régimen fascista italiano, y que posteriormente fueron publicados en las décadas venidera, la edición de referencia empleada en este trabajo se basa en la compilación de 1999.

La hegemonía se refiere al fenómeno en que una clase social influyente asegura su posición de liderazgo no solo con amenazas, sino principalmente con el consenso social. Logra esta tarea convenciendo a la comunidad de que los intereses individuales específicos de la clase dominante equivalen a los intereses generales de toda la sociedad. de la clase dominante son los intereses universales de la sociedad en su conjunto. La hegemonía actúa sobre el ámbito cultural, de la ideología, de los valores y de los conceptos sociales que toman la razón natural como base de las percepciones compartidas.

De un punto de vista sociológico, la aportación principal de Gramsci al pensamiento crítico radica en su descubrimiento de que el dominio social no se ejerce sólo sobre cuerpos, sino, de hecho, con más efectividad sobre las conciencias. Las clases subalternas esas que no tienen el poder sobre los recursos productivos ni sobre la administración del Estado asimilan los valores, visiones del mundo y categorías de percepción de la realidad que pertenecen a los intereses de las clases dominantes mediante procesos de socialización. Ello produce lo que Gramsci llama sentido común: todo un conjunto de creencias, prejuicios y convicciones prereflexivas que guían la acción diaria de los individuos, funciones como obstáculo epistémico para el desarrollo de una conciencia crítica política.

Según Gramsci, los intelectuales, por definición aquellos que realizan un papel de dirección en la sociedad, tienen un rol fundamental en la generación y propagación de la hegemonía. Los intelectuales orgánicos, que incluyen el clero y el sector burgués, están responsables de formular y difundir dicho concepto de hegemonía a través de las instituciones de la sociedad civil, como los colegios, iglesias, medios de comunicación y universidades. En ese espacio, surge la categoría de la contrahegemonía, es decir, la oportunidad para que los grupos subalternos cultiven intelectuales orgánicos capaces de construir su propia visión del mundo opuesta y de reivindicar la comprensión socialmente aceptada por la hegemonía dominante.

El concepto gramsciano de bloque histórico la alianza entre las fuerzas materiales y los marcos ideológicos que en un período histórico dado configuran el orden social dominante permite entender la función específica de la Universidad Estatal de Bolívar como institución cumple a la vez con el papel de aparato para reproducir la hegemonía cultural como parte del sistema educativo que reproduce las relaciones sociales existentes y con la posibilidad de convertirse en un espacio para formar intelectuales orgánicos de la provincia de Bolívar provenientes de los sectores

subalternos capaces de crear una mirada alternativa al mundo. Esta tensión definida como la composición entre la reproducción y la transformación, es lo que distingue el lugar de la universidad en el escenario de la lucha por la hegemonía.

Según la distinción gramsciana entre sociedad política y sociedad civil, esta es crucial para entender la especificidad de las plataformas digitales como espacio de lucha hegemónica. Para Gramsci, la sociedad política está compuesta por los aparatos coercitivos del Estado gobierno, ejército, policía, sistema judicial. Por otro lado, la sociedad civil son los órganos privados familia, escuela, iglesia, medios de comunicación, partidos a través de los cuales se dirigen y alcanzan consensos culturales y de sentidos. La hegemonía se ejerce principalmente dentro el terreno de la sociedad civil no mediante la fuerza sino por medio de la persuasión, educación e inducción de la producción de sentidos común asumidos como propios.

Plataformas digitales del siglo XXI, como TikTok, Instagram, WhatsApp y YouTube, son corporaciones de la sociedad civil no son aparatos estatales; son corporaciones privadas cuya función es una dirección cultural global su potencial para definir el significado general de miles de millones de usuarios las convierte en los aparatos hegemónicos más poderosos de la historia. Estos son más fuertes que los medios masivos de comunicación del siglo XX en cuanto al alcance y efectividad en alcanzar el sentido común político en contraste con la televisión o la radio, las plataformas digitales no transmiten contenidos desde un centro y una audiencia receptiva ellos mismos participan en la reproducción del contenido dominante, haciéndolo voluntariamente, los usuarios de estas plataformas actúan como agente en la distribución de los sentidos políticos dominantes.

En el contexto de las plataformas digitales, la hegemonía cultural asume un nuevo matiz sociológico. Según la teoría de Gramsci, la hegemonía cultural ganó un valor sociológico renovado

en el entorno de las plataformas digitales del siglo XXI. No pueden considerarse estas redes como lugares neutralizados donde el tráfico de información transcurre libremente; están concebidas por corporaciones multinacionales cuyos sistemas de acumulación económica, sus reglas algorítmicas y su política de censura de contenido manifiestan e reproducen una carta visión del mundo, unas perspectivas y unos valores, además de una cierta forma de interpretación política, del cuerpo, de la relación social y del bienestar. Desde una perspectiva gramsciana, las plataformas digitales conforman los nuevos instrumentos de hegemonía que caracteriza la sociedad contemporánea, es decir, el espacio donde se producen y reproducen el censo común digital que orienta la política subjetiva de los ciudadanos del siglo XXI.

Para los estudiantes universitarios de la provincia de Bolívar, este proceso hegemónico actúa de manera distinta, el contacto diario con los contenidos de TikTok, Instagram e Instagram les presentan maneras de comprender la política como show, conflictos entre personas, entretenimiento o indignación, que reflejan más las estrategias de marketing de las empresas tecnológicas que las necesidades de formación cívica de ciudadanos bien informados. Gramsci diría que estas maneras de entender la política no están dadas por la naturaleza humana ni por la casualidad; al contrario, resultan de una práctica histórica que crea el sentido común digital para los jóvenes mediante la socialización en dichas plataformas.

En la línea del pensamiento gramsciano, la cuestión sociológica central abordada por la investigación consiste en responder a la siguiente pregunta: a nivel qué medida reproducen de la política los estudiantes de primer semestre de la UEB los conceptos comunes hegemónicos que circulan en las redes sociodigitales; a qué nivel desarrollan formas de conciencia política crítica suficiente para cuestionar esos conceptos comunes.

La teoría gramsciana nos permite anticipar que estudiantes que están socializados principalmente a través de plataformas digitales reproducirán de manera considerable o menor las lógicas hegemónicas que dichas plataformas reproducen: que lo sentimental prevalezca sobre el racional, la vulgarización del conflicto político, la falta de confianza en las instituciones y la indiferencia como forma principal para relacionarse con la política. Eso no es una característica psicológica individual, es un proceso histórico que ha producido en el sentimiento digital las lógicas hegemónicas de producción, que la investigación empírica pretende documentar y analizar críticamente.

La idea marxista de contrahegemonía también ofrece la posibilidad de señalar los límites de la resistencia y la construcción de sujetos políticos alternativos que pueden surgir desde la universidad. La formación de intelectuales originales del sector popular, capaces de desarrollar habilidades digitales para una alfabetización crítica capaz de evaluar críticamente algoritmos, verificar información, producir contenido político propio y discutir los valores hegemónicos circulantes una tarea política fundamental para la Universidad Estatal de Bolívar en la actualidad.

### **2.2.3 Teoría de Dispositivos de poder de Michael Foucault (1980)**

Para Foucault Para Foucault, quien desarrolló la concepción de dispositivo en francés *dispositif* como un elemento teórico vital para investigar cómo se produce el poder, la subjetividad, el conocimiento y el cuerpo en los estados modernos contemporáneos. En su entrevista de 1977, presentada en inglés en 1980 en *Power/Knowledge*, Foucault define el dispositivo como una agrupación desorganizada de discursos, instituciones, estructuras urbanas, leyes, regulaciones, propuestas filosóficas e ideas que crean una red de conexiones entre componentes, tanto discursivos como no discursivos.

El dispositivo no es una estructura fija actúa en todas las circunstancias, lo cual lo transforma en un funcionamiento estratégico. Su función siempre se vincula con una necesidad histórica específica y produce ciertos efectos de poder y conocimiento.

El poder genealógico foucaultiano se basa en un rechazo radical al concepto de poder jurídico-punitivo: la noción según la cual el poder es algo que uno posee y se ejerce de arriba hacia abajo mediante el castigo. Dejando de lado esta perspectiva jurídica-punitiva, Foucault propone una interpretación del poder como productiva y conectada: éste no es una sustancia que algunos dominan y otros no. Es una relación que se establece, se mueve y cruza cuerpos y subjetividades, genera saberes, y esos saberes fortalecen y legitiman aún más al mismo poder. Según la teoría genealógica del poder disciplinario desarrollada en *Vigilar y castigar* (1975) y en los cursos del College de France, las instituciones modernas - la escuela, el hospital, la cárcel y la fábrica - funcionan como dispositivos para producir sujetos dóciles y útiles mediante métodos de vigilancia, regularidad y examen.

En los últimos volúmenes de *Historia de la Sexualidad* y en *Defensa de la Sociedad* (1976), se desarrolló el concepto de biopoder, cuyo análisis foucaudiano enfoca la acción del poder disciplinario a la producción de cuerpos individuales dóciles, pasando a incluir el gobierno estatal, médico y político del comportamiento vital de la población entera. Esta nueva perspectiva permite comprender a las tecnologías digitales del siglo XXI como instrumentos distintos de un poder más complejo: combina la lógica disciplinaria vigilancia individual de comportamientos con la lógica biopolítica gestión por medios algorítmicos de comportamientos masivos y lo hace con un nivel y precisión sin antecesor en la historia.

### ***2.2.3.1 Las plataformas digitales como dispositivos de subjetivación política***

El enfoque foucaultiano de dispositivo para examinar las plataformas digitales implica verlas no como instrumentos puramente comunicativos, sino como estructuras techno-sociales enredadas que influyen sobre la formación de subjetividades políticas. TikTok, Instagram y WhatsApp se convierten en dispositivos en la visión de Foucault porque los combina diversos componentes distintos: código de programación, interfaz gráfica, términos y condiciones de uso, políticas de moderación de contenido, infraestructura de servidores, datos personales, estrategias de vigilancia publicitaria, entre otros. Estos elementos se integran en una red de alcance global cuyo funcionamiento provoca efectos del poder y del conocimiento en los individuos que acceden a ellas.

Los algoritmos de recomendación de esas plataformas son posiblemente el componente más importante de ese aparato desde un punto de vista foucaudiano. Estos algoritmos cumplen el papel de mecanismos de examen en el sentido foucaudiano vigilan, registran, clasifican y regularizan el comportamiento de cada usuario mediante información basada en su actividad en la plataforma, los tiempos de exposición, las cadenas de consumo y las redes de relaciones sociales. Esta vigilancia constante y rigurosa genera un efecto de subjetividad política digital: el usuario aprende poco a poco, conforme recibe retroalimentación de parte del algoritmo, qué tipo de contenido político se convierte en más interactuado, qué se convierte en viral en línea, qué se ha recompensado por la plataforma mientras que qué ha sido perjudicado por ser invisible.

En el ámbito universitario de la Universidad Estatal de Bolívar, la digitalización influye de manera particular en cómo los estudiantes desarrollan una subjetividad digital. No publican ideas políticas sin restricción: se conforman con lo que el dispositivo digital tiene preestablecido,

haciendo hincapié en que sus posiciones políticas serán valoradas por otros miembros de la comunidad que podrían reproducir o eliminar sus expresiones. Foucault habría dicho que no hay necesidad de intervenir directamente: la influencia del poder está adentro, dentro de su subjetividad; opera a través de una especie de vigilar para sí mismo en virtud de una norma que el algoritmo extiende. Así surge un tipo de participación política digital marcada por la reticencia, el retroceso hacia el consumo y la autonocución como mecanismo defensivo frente a un escenario considerado peligroso.

La concepción foucaultiana de la gubernamentalidad el arte de gobernar a los sujetos no mediante la coerción sino mediante el diseño de entornos y contextos en los que estos mismos se gobiernen a sí mismos de manera compatible con los objetivos del poder puede aplicarse también a las plataformas digitales. Los sistemas de gamificación de redes sociales como Facebook o Twitter la obtención de "me gusta", el número de seguidores, las visitas a la página, las tendencias generan una subjetividad que se gobierna a sí misma de acuerdo con las métricas de valoración de la plataforma, ajustando sus acciones políticas según los esquemas de riqueza social digital en los que espera incurrir. La subjetividad política digital, en cuanto a lo foucaultiano, constituye una subjetividad gobernada y autogobernada por los algoritmos más que una subjetividad soberana e indisciplinada.

Foucault también desarrolló el concepto de resistencia como complementario al poder: donde haya poder hay resistencia, ya que esta se puede realizar tanto exteriormente al poder como dentro de éste en sus propias redes relativas. El contexto digital implica que las plataformas no solo generan sujetos conformistas y pasivos; también promueven acciones de disidencia, de apropiación no hegemónica de las tecnologías digitales y de configuración de narrativas políticas diferentes.

La relación entre poder y conocimiento es otro componente importante del pensamiento de Foucault, y resulta inmediatamente aplicable al análisis de las plataformas digitales. Según Foucault, el poder no puede ejercerse sin producir algún tipo de conocimiento, y tampoco se puede generar un conocimiento sin que el poder lo organiza e incorpore. La gigantesca corporación tecnológica Meta, Alphabet o ByteDance, en términos foucaultianos, están produciendo un gran conocimiento sobre el comportamiento político de los usuarios: conocen qué tipos de contenido político generan más reacciones de participación, qué emociones pueden movilizar más eficazmente la atención, cuál es el perfil del usuario más susceptible a ser influenciado por ciertos tipos de mensajes políticos. Es decir, esa información es, a su vez, una herramienta de poder capaz de moldear con mayor precisión la subjetividad política de los usuarios.

En el contexto ecuatoriano, ese dispositivo poder-saber digital funciona en el escenario electoral la elección presidencial de 2023 mostró el uso recurrente del micro-targeting político, donde segmentan a los votantes según sus hábitos digitales y les transmiten mensajes políticos personalizados. Este fenómeno, a través del punto de Foucault, es la expresión más avanzada del dispositivo de poder digital: la capacidad de crear subjetividades políticas específicas en individuos específicos mediante conocimientos detallados de su perfil de hábitos de comportamiento. En la Universidad Europea del Pacífico, no saben esto los estudiantes, pero pasan a ser parte de ese dispositivo al interactuar con contenido político en las plataformas.

La visión foucauldiana de las tecnologías del yo basada en los cursos del Collège de France de 1980 a 1985 y en el artículo Tecnologías del Yo de 1988 nos ofrece una nueva perspectiva sobre cómo los sujetos crean a través de sus propias prácticas digitales un yo modificable, mejorable o configurado. Las tecnologías del yo comprenden las prácticas empleadas para transformar al yo, para elevarlo o definirlo de determinada manera. En el entorno digital, el proceso de

personalización del perfil de la cuenta Instagram, la selección de los elementos compartidos en WhatsApp o la decisión de cuáles videos crear para TikTok es un uso digital de las tecnologías del yo: prácticas mediante las cuales los estudiantes de la UEB configuran sus identidades políticas en el ámbito público digital, decidiendo qué mostrar u ocultar acerca de su identidad política en la vida digital pública.

#### **2.2.4 Teoría de la Sociedad en red de Manuel Castells (2010)**

Para Manuel Castells que elaboró la teoría de la sociedad en red en sus trabajos de trilogía, La Era de la Información. El primer volumen de este libro, La Sociedad Red, fue publicado por primera vez en inglés en 1996 y está disponible en una segunda edición, la cual utilizamos como fuentes en el presente trabajo. Su primera edición data del año 2010.

El principio teórico del autor sostiene que la tecnología de la última mitad del siglo XX puso de manifiesto el inicio de un nuevo modelo sociotécnico el informacionalismo, que cambió la forma de organizarse las sociedades y las relaciones entre individuos, empresas, Estados y grupos. Distinto al industrialismo, que funcionó mediante la energía para incrementar la producción, el informacionalismo se construye sobre conocimiento. Actualmente, en la sociedad moderna, la producción, el proceso y el trámite del saber han pasado a convertirse en el fundamento para la productividad y el poder.

Esta teoría se centra en la red como una redacción. Esta red se opera sin un centro de dirección y consta de nodos interconectados, donde los lazos pueden mutar rápidamente conforme las necesidades de la red lo requieran. Según Castells, dicha estrategia es más una metáfora que una similitud: representa la lógica de administración con la que la economía mundial, la administración estatal, las protestas de la sociedad civil, la comunicación e identidad se operan

durante la época digital. Las redes son mejores que las instituciones organizativas tradicionales porque tienen una mayor facilidad, adaptabilidad y potencial para manejar la información; sin embargo, también han creado nuevos formatos de exclusión social (el desconectado de la red), lo que cambia las desigualdades del siglo pasado.

El poder de la identidad (2010)—, Castells aborda su análisis sobre las nuevas maneras de identidad colectiva surgidas en la sociedad en red. Identifica tres clases de identidad: la identidad legítima, creada por instituciones dominantes para amplificar y racionalizar su dominio; la identidad de resistencia, producida por actores ubicados en posiciones debilitadas o perseguidas por la lógica de dominación; y la identidad proyecto, formada por actores que empleando toda clase de material cultural existente intentan reformular su papel en la sociedad y transformar la estructura social como un todo. Esta clasificación permite examinar la forma de subjetividad política digital que los estudiantes de la UEB construyen a partir de sus interacciones en redes sociales digitales.

En sus trabajos *Comunicación y Poder* (2009) y *Redes de Indignación y Esperanza* (2012), Castells actualiza su estudio de la sociedad en red al escenario específico de los movimientos sociales en la era digital. Su argumento principal es que el poder en la sociedad informativa está principalmente presente a través del dominio sobre las redes de comunicación: quienes manejan los protocolos de comunicación de las redes predominantes —programadores, en la jerga de Castells— tienen el poder de incorporar o eliminar, dar visibilidad o hacer invisible, subirlo o bajarlo, de modo asimétrico. El poder no reside en un sitio específico, sino que se distribuye entre los nodos de la red, si bien de forma desigual ciertos nodos, como las grandes corporaciones tecnológicas, las entidades estatales, controlan más recursos para programar que otros.

Para Castells, las redes sociodigitales son espacios donde los movimientos sociales y las fuerzas organizadas pueden enfrentar al poder de los actores que dominan; estas organizaciones pueden retener su poder a través de medios institucionalizados que están al mando de ellos. Las manifestaciones como las primaveras árabes, los indignados y el Occupy Wall Street demostraron que la combinación de comunicación horizontal con redes de Internet y redes sociodigitales puede generar formas de organización política que superan el alcance de los métodos institucionalizados. Según Castells, el poder de estos grupos no garantiza una transformación de naturaleza estructural, sino que la autonomía de los ciudadanos se ve constantemente amenazada por las capacidades que poseen las empresas tecnológicas y los Estados para alterar los protocolos de la comunicación a su conveniencia.

La articulación entre la teoría de Castells y el objeto de estudio aquí presentado resulta especialmente útil para examinar la posición de los estudiantes de la UEB dentro del esquema social en red de Ecuador. Desde un punto de vista castelliano, estos alumnos son nodos periféricos en la red global de comunicación: conectan a través de una provincia que tiene baja capacidad de conexión; consumen contenido principalmente producido por actores externos al entorno cercano; y tienen capacidades limitadas para crear y compartir sus propios contenidos políticos en las redes predominantes. Su posición periférica en la red no sólo implica una condición técnica de conectividad: es una condición política que afecta su capacidad de participación en la construcción del espacio público digital.

El concepto de auto comunicación de masas de Castells resulta igualmente pertinente para entender las formas emergentes de participación política digital por parte de los jóvenes universitarios. Castells define a la auto comunicación de masas como una forma de comunicación autogenerada (emisor decide el mensaje), autodirigida (receptor decide quien lo recibe) y capaz de

lograr alcance de audiencia global gracias a redes de comunicación horizontales. TikTok, Instagram y WhatsApp se convierten en plataformas de auto comunicación de masas en ese sentido castellsiano: cualquier estudiante de la UEB puede, en principio, producir contenido político que alcance el público nacional o global. Sin embargo, esta posible autonomía tecnológica está enmarcada por asimetrías en términos de capital cultural, económico y simbólico. Las desigualdades culturales hacen que algunos tengan habilidades, recursos y visibilidad para ejercer esa capacidad con mayor eficacia.

En la teoría de Castells, la brecha digital se interpreta como más que una limitación en el acceso a la infraestructura informática; también abarca capacidades para ejercer poder mediante red. Los estudiantes de la UEB procedentes de zonas rurales con escasa cobertura de señal móvil enfrentan tanto problemas para conectarse al Internet como una conexión inestable o ausente de las redes digitales virtuales que forman el ámbito del espacio público digital. Estos niños se excluyen de actividades relacionadas con la formación de la identidad política comunitaria y de la opinión pública que ocurren en estas redes digitales virtuales. La brecha social de acceso a las comunicaciones digitales que se reproduce por estos medios resulta una repetición y amplificación de las desigualdades territoriales históricas de la provincia de Bolívar en un ámbito nuevo del poder digital.

A análisis de Castells sobre los movimientos sociales en red es especialmente útil para entender las formas de participación política juvenil emergentes en Ecuador. Según Redes de indigencia y esperanza (2012), la cual analiza la identificación de los movimientos sociales en la era digital, los movimientos digitales tienen rasgos comunes: son transmisibles (se propagan por las redes sociodigitales con una velocidad increíble frente a los medios tradicionales); son multimedias (combina comunicación en red con el desplazamiento físico a los espacios públicos);

planificados deliberadamente (resultado de un acordamiento colectivo de acción contra una acción espontánea sin orden previa); autorreflexivos (el movimiento crea historias sobre sí mismo a través de las redes). Estos rasgos explican también a mayor escala el proceso político digital de movilización de jóvenes en Ecuador en los últimos años, desde octubre de 2019 hasta la última huelga estudiantil.

La distinción castellsiana entre el espacio de los flujos y el espacio de los lugares desarrollada en *La Sociedad Red* (1996/2010) es igualmente pertinente para analizar la posición de los estudiantes de la UEB en la arquitectura de la sociedad en red. El espacio de los flujos es el espacio de las redes digitales globales donde circulan los capitales, las informaciones y los poderes de la sociedad informacional; el espacio de los lugares es el espacio de la experiencia cotidiana, del territorio, de las comunidades locales. Para, la sociedad en red produce una disociación creciente entre esos dos espacios las élites que controlan los flujos globales se desconectan progresivamente de los territorios locales donde vive la mayoría de la población. Los estudiantes de la UEB que provienen de las comunidades rurales de la provincia de Bolívar habitan fundamentalmente el espacio de los lugares sus comunidades, sus familias, sus territorios y acceden de manera precaria y fragmentaria al espacio de los flujos globales donde se produce la subjetividad política digital dominante.

Según la teoría castellsiana de la identidad en red, la Universidad Emprende Bolivariana (UEB) experimenta una tensión entre su identidad política local fabricada en el ámbito de las comunidades de su origen, sus familias y su cultura local y la identidad política digital que las plataformas les proporcionan. De acuerdo con Castells, esta tensión no es desconocida: es la expresión moderna del conflicto histórico entre la globalización y el localismo, entre la homogeneización cultural que propugnan las redes internacionales y la oposición a las identidades

locales que se abrazan a su singularidad. En lo que respecta al departamento de Bolívar, esta tensión toma forma tangible: los estudiantes quechua-hablantes procedentes de las comunidades agrícolas de este departamento están en constante diálogo para crear su identidad política digital al buscar equilibrar las referencias culturales locales contra los modelos interpretativos presentados en plataformas digitales gobernadas por las culturas urbanas y los gigantes productores de contenido nortños.

### **2.2.5 Teoría de los 3 Gramsci, Foucault y Castells para la investigación de la subjetividad política digital**

Estas tres teorías presentadas en las secciones previas no constituyen posturas contradictorias, pero sí esquemas metodológicos complementarios que, configurados dentro de un marco sociológico crítico, resultan una poderosa herramienta con la cual analizar la construcción de subjetividad política digital de los estudiantes de primer semestre de la Universidad Estatal de Bolívar. Su articulación se presenta de la manera siguiente.

Gramsci ofrece el esquema histórico-estructural: permite comprender cómo las redes sociodigitales son instrumentos de reproducción del sentido común político establecido y, al mismo tiempo, pueden ser usados para el repudio hegemónico en favor de nuevas formas de subjetividad política. Foucault ofrece el esquema genealógico-micropolítica: permite analizar el modo en que las tecnologías de información transforman los sujetos, promoviendo nuevas subjetividades políticas, mediante mecanismos como la vigilancia social, la normalización y la gestión; estos mecanismos actúan en escenarios personales y cotidianos.

Castells ofrece el esquema estructural-comunicativo: permite ubicar a los estudiantes de la UEB en el esquema global de la sociedad conectada y entender cómo su posición periférica en esa

configuración les limita la posibilidad de construir una subjetividad política autónoma y su participación en el espacio político digital.

Estos tres marcos articulan una manera coherente de formulación de las preguntas fundamentales en esta investigación: ¿de qué formas de sentimiento común hegemónico sobre política se reproduce la juventud universitaria por medio de sus relaciones en las redes sociales? ¿Cuáles son los mecanismos de constitución personal que actúan a través de los dispositivos algoritmos de las plataformas donde habitan? ¿En qué punto en la red global de comunicación se sitúan estas jóvenes y qué posición condiciona su constitución personal digital (Castells)? Contestar a estas preguntas desde una perspectiva empírica que se basa en el contexto particular de la provincia Bolívar es el propósito principal de esta investigación. Esta última se proponía producir conocimiento socialista capaz de articular la reflexión teórica con la realidad concreta de los jóvenes universitarios de una región históricamente excluida de los rumbos del poder político y comicial ecuatorianos.

Este enfoque no impide la consideración de otras perspectivas teóricas para explorar la subjetividad política digital como la teoría de la identidad de Butler, la teoría de la burbuja de filtro de Pariser y la teoría de la infocracia de Han— para nuestro análisis; sin embargo, adoptamos estas teorías por motivos metodológicos y se centra en el análisis desde una perspectiva específica que privilegia las estructuras históricas, las relaciones de poder y las condiciones de materialización de la subjetividad política sobre fenómenos psicológicos individuales o efectos comunicativos de corto plazo. Este enfoque nos permite relacionar los estudiantes del primer semestre de la UEB con las transformaciones sociales contemporáneas que suscritas teorías persiguen explicar.

La pertinencia sociológica de este marco teórico tripartito se confirma al revisar los aportes adicionales de los tres autores que se han elegido. Gramsci nos ayuda a entender cómo las

plataformas digitales replican las formas de hegemonía cultural, que limitan la subjetividad política de los jóvenes; Foucault nos facilita analizar los mecanismos de vigilancia, normalización y gubernamentalidad creados por los dispositivos algorítmicos para producir sujetos políticos individuales; mientras que Castells explica la arquitectura de la sociedad en redes para definir la posición ocupada por los estudiantes universitarios de la provincia Bolívar en el espacio político digital global. La relación entre esos tres perspectivas no es una mezcla aleatoria sino un todo articulado coherente: todos comparten un abandono al método metodológico del individuo, una visión relacional y productiva del poder y la obligación de situar históricamente los análisis sociales actuales.

Establezco que el empleo de estos tres marcos teóricos no significa simplemente aplicar perspectivas que no coinciden entre sí. Todos aceptan las convicciones epistémicas de Gramsci, Foucault y Castells: todos ellos critican el método individualista e incluyen la construcción de la subjetividad en la contextura de relaciones sociales socialmente estructuradas; todos ellos entienden al poder como una relación productora de conocimiento, no como una sustancia; y todos los consideran la dimensión histórica como factor indispensable para entender los fenómenos sociales actuales. Estas convicciones compartidas facilitan combinar sus categorías en un marco cohesivo que pueda abordar todo el complejo tejido histórico, estructural y comunicativo de la subjetividad política de los estudiantes de la UEB.

Desde una perspectiva pedagógica, los tres autores coinciden también en destacar el papel transformador que la educación crítica puede desempeñar para revertir los impactos de la hegemonía digital, las técnicas algorítmicas de configuración del sujeto y la desigualdad de posiciones en la red. Gramsci lo expresa en términos de la formación de sujetos hegemónicos anti organizadores; Foucault mediante las praxis del yo crítico que permiten a los sujetos identificarse

y oponerse a los mecanismos de configuración del sujeto por parte del poder; Castells mediante la creación de contenido y narrativas que se enfrenten en el espacio de los flujos globales. En última instancia, cada uno de ellos pone en evidencia la urgencia que, según esta investigación empírica, la Universidad Estatal de Bolívar asuma su compromiso pedagógico en la formación de ciudadanos cibernéticos críticos, autónomos y capaces de acceder con igualdad de oportunidades al espacio público cibernético del Ecuador contemporáneo.

## **2.3 Marco Legal**

El presente marco legal contempla las principales normas del ordenamiento legislativo ecuatoriano que abordan la práctica de los derechos numéricos, la libertad de expresión en ambientes virtuales, el acceso a la información y la participación pública en el ámbito digital. Su revisión resulta necesaria para situar la investigación sobre la subjetividad política digital de los estudiantes de la Universidad Nacional Bolivariana. En este contexto, los factores legales e institucionales representan el ámbito dentro de lo cual los derechos se ejercen o se restringen para contribuir al proceso político online.

### **2.3.1 La Constitución de la República del Ecuador (2008) y los derechos digitales**

La Constitución de la República del Ecuador, aprobada en 2008 a través de un referéndum popular, definió varias garantías y derechos que sostienen la actividad política digital. El artículo 16 de esta normativa establece que es posible una comunicación libre, culturalmente diversa y abierta. Además, los individuos tienen derecho a utilizar las frecuencias del espectro radioeléctrico para tener acceso a diferentes maneras de comunicación social que proveen diversos medios de comunicación.

Aunque el contenido se enfocó inicialmente en los medios de comunicación tradicionales, su alcance se amplió también en el entorno digital. Esto ocurre porque las plataformas de medios sociodigitales han transformado los canales de comunicación pública modernos.

Artículo 18 de la Constitución establece que el derecho de buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información precisa, exacta y actualizada, sobre hechos de interés general, ocurre, acontecimiento y procesos. Este derecho constitucional sobre la información da origen al derecho para los ciudadanos (sobre todo los estudiantes universitarios) a acceder a contenidos políticos diversos en Internet y generar sus propias opiniones sobre política en esos entornos. Sin embargo, se siente censurado al intentar ejercitar este derecho constitucional por temor a los ataques, lo que indica que incluso si existe un derecho formal, éste no está siendo ejercitado de manera eficaz.

El artículo 19 establece la responsabilidad del Estado de garantizar la cláusula de conciencia a toda persona, el secreto profesional y el acceso a la información veraz y plural como condiciones indispensables para el ejercicio de una ciudadanía informada en el espacio público digital. El artículo 21 reconoce el derecho de las personas a construir y mantener su propia identidad cultural, disposición que en el contexto de las plataformas digitales puede interpretarse como el derecho a construir identidades digitales autónomas no sometidas a los mecanismos de normalización algorítmica que describen Foucault (1980) y Castells (2010).

El artículo 66, numeral 13, reconoce el derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria, garantía que se extiende a las formas de organización y participación política en el espacio digital y que constituye el fundamento constitucional del ejercicio de la ciudadanía digital activa. Finalmente, el artículo 46 establece la obligación del Estado de adoptar

las medidas que aseguren a los niños, niñas y adolescentes el acceso a la cultura, la recreación y la información protegidos de publicidad nociva y, por extensión, de la desinformación política que circula en las redes sociodigitales.

### **2.3.2 Ley Orgánica de Comunicación y entorno digital**

La Ley Orgánica de Comunicación (LOC), aprobada en 2013 en el mandato del presidente Rafael Correa y luego reformada en 2019, estableció el marco regulador de los medios de comunicación en Ecuador. Aunque la ley fue diseñada principalmente para los medios tradicionales de audiovisuales e impresión, sus disposiciones también aplican a los medios sociales digitales, lo que se manifiesta en el amplio espectro digital. El artículo 6 de la Ley Orgánica de Comunicación definió los medios de comunicación social como aquellos que envían y difunden textos, imágenes, sonidos y otras informaciones de interés general y de actualidad, que podrían incluir algunos actores digitales con una gran audiencia. Desde ese momento, esta normativa ha influenciado las formas de trabajo en Internet, dado que se refiere específicamente a la transmisión periodística de datos en internet y a la información de noticias y programas de televisión que se emiten en Internet.

La Ley Orgánica de Comunicación, lo señala en sus Artículos 13 cuando indica el derecho a la libertad de expresión y comunicación sin censura previa, y en sus Artículos 71 lo relaciona con el derecho del acceso universal a la comunicación. El código también incorpora ciertas limitaciones que han causado debate sobre la libertad de prensa y expresión digital: mientras permite una prohibición de la censura previa, introduce mecanismos de control posterior que la oposición a la ley ha criticado por ser instrumentos de presión sobre medios de comunicación. En este estudio, el Código Orgánico del Sistema Legal es relevante porque estipula el derecho de la

población, y especialmente del estudiantado universitario, a disponer de información diversa y verificada, que es una garantía que se ve condicionada por las habilidades digitales críticas que muestra los participantes con deficiencias evidentes.

### **2.3.3 La Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y la subjetividad digital**

La Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (LOPDGDD) aprobada en mayo de 2021, se convierte en el marco normativo más directo al examinar la subjetividad política digital desde una perspectiva foucaultiana. El artículo 1 establece que busca la protección de los derechos de los datos de los ciudadanos, en especial su acceso y decisiones sobre información y datos del mismo carácter. Este derecho a la autodeterminación informativa corresponde, según Foucault, a la legitimación del uso de los dispositivos digitales en vigencia. Los medios de vigilar e influir en la subjetividad mediante dispositivos digitales deben limitarse, bajo un régimen legal, para proteger la autonomía de las personas.

El artículo 7 de la LOPDP (Ley Orgánica de Protección de Datos Personales) prohíbe el tratamiento de datos personales si no está basado en el consentimiento del titular. En principio, esto impide que las plataformas digitales recojan y traten los datos de comportamiento de los usuarios sin obtener su autorización. La LOPDP también reconoce los derechos de los titulares de datos, como el acceso, rectificación, supresión y oposición a su tratamiento —también conocidos como los derechos ARCO, mientras que el artículo 37 indica que los responsables deben proteger datos sensibles, que incluyen información sobre opinión política, pertenencia a partidos políticos y creencias religiosas. Esta última disposición se aplica directamente a las plataformas digitales que guardan registros de la participación política de los ciudadanos ecuatorianos, incluyendo estudiantes de la UEB.

Específicamente, el sistema legal ecuatoriano ha configurado un conjunto de derechos y libertades sólidamente constitucionales para el uso del ciudadano digital: el derecho a la comunicación libres, el derecho a la información verificada, el derecho al protegido de los datos personales y el derecho a participar política en el espacio público. Sin embargo, la existencia de esa estructura legal no garantiza el ejercicio efectivo de estos derechos en contextos de desigualdad territorial, la brecha digital y la ausencia de formación ciudadana crítica.

La protección formular de los derechos digitales requiere de una política pública para la conexión, de la formación ciudadana digital y de la alfabetización mediática para transformar en capacidad real la protección jurídica. Las disposiciones normativas tienen que pasar a la práctica, ya que los requisitos necesarios para el ejercicio de esos derechos en el ámbito rural, especialmente en Bolívar, se ven limitados por la desigualdad territorial, la brecha digital y la falta de formación ciudadana crítica.

## Capítulo III - Metodología

### 3.1 Método de investigación

#### 3.1.1 *Mixto*

Esta investigación se sitúa dentro del paradigma mixto se, explica que la metodología describe las características del fenómeno y el contenido de cada relación social usa conceptos que provienen de los actores sociales para describir las características y el contenido. El enfoque es el que sirve a el objeto de estudio, porque la subjetividad política en la red no cabe en cifras o porcentajes implica experiencias, implica significados, implica prácticas de comunicación el investigador dialoga con los estudiantes para comprender las prácticas en profundidad.

A partir de esta perspectiva, la investigación se propone comprender los significados, las percepciones y las interpretaciones que los alumnos de primer año de la Universidad Estatal de Bolívar realizan acerca de su vínculo con las redes sociodigitales y también acerca de cómo estas redes sociodigitales contribuyen al proceso de constitución de la identidad política y la opinión pública de los estudiantes. El propósito es generar un conocimiento que se sitúe en la realidad de Bolívar, un conocimiento que se refleje la heterogeneidad de subjetividades políticas presentes entre los estudiantes universitarios de esta región.

### 3.2 Tipo de investigación

#### 3.2.1 *Descriptiva:*

La presente la investigación descriptiva busca describir un fenómeno, un problema o una situación usando técnicas como la observación que permite recolectar información para estudiar y entender las características del fenómeno que se quiere analizar. El presente estudio usa un diseño descriptivo porque el objetivo principal es describir la subjetividad política digital de los estudiantes universitarios qué plataformas usan los estudiantes, cómo consumen los estudiantes la información política y cómo construyen los estudiantes su propia visión política en línea. Investigamos la identidad ciudadana en el espacio digital evaluamos el nivel de competencia crítica de la identidad ciudadana frente a los contenidos que circulan en las redes sociodigitales.

Este tipo de investigación va a presentar un retrato riguroso de la realidad comunicacional y política de los jóvenes de primer semestre de la Universidad Estatal de Bolívar, no se van a buscar relaciones causales en cambio, se va a comprender la realidad comunicacional y política con su complejidad, en su contexto regional todo esto está en línea con los objetivos del Capítulo I de esta investigación.

#### 3.2.2 *Bibliográfica:*

La investigación bibliográfica es una visión general que se dirige al tema investigado que hay una etapa que incluye la obtención de la información de las fuentes documentales secundarias libros, artículos científicos, tesis, repositorios digitales. La información de los libros, de los artículos científicos, de las tesis y de los repositorios digitales sirve para armar el sustento teórico y conceptual del estudio.

Revisa los estudios y los conceptos que están conectados con el tema planteado, en la investigación se usan fuentes académicas verificadas que están en repositorios como Scielo, RedALyC, Google Scholar, Frontiers in Psychology y en revistas científicas ecuatorianas. Las fuentes son de los años 2021 a 2025 que tratan de la comunicación política digital, de la subjetividad política juvenil, de la opinión pública en redes sociodigitales y del contexto sociopolítico ecuatoriano reciente. La revisión bibliográfica sirve de base para el Marco Histórico y para el Marco Teórico que aparecen en el Capítulo II.

### **3.3 Técnicas e instrumentos de investigación**

La técnica que elegimos para recolectar los datos es la encuesta con opción múltiple. Para Roberto Hernández & Carlos Fernández (2014) señalan que las encuestas de opción múltiple usan un instrumento estandarizado con opciones de respuestas y que el encuestador puede añadir preguntas extra para aclarar conceptos o conseguir más información sobre los temas que le interesan. Con la encuesta el investigador puede captar bien las percepciones, las experiencias y los significados que los estudiantes dan a su relación con las redes sociodigitales y la política.

La encuesta con respuestas de opción múltiple es la opción adecuada para la investigación porque la subjetividad política digital es un tema complejo y está muy influenciada por el contexto biográfico y cultural de cada estudiante, a diferencia del cuestionario cerrado, permite que aparezcan narrativas, contradicciones y matices que la encuesta necesita para comprender la subjetividad política digital.

Como técnica adicional, se seguirá la presencia en las redes sociales digitales del público universitario de la Universidad Estatal de Bolívar. Se examinarán los grupos públicos de

WhatsApp de la universidad, los perfiles de Instagram y TikTok de los estudiantes y las páginas de Facebook sobre la vida universitaria en Guaranda. El seguimiento no involucrado contribuye al investigador para analizar fenómenos sociales sin intervenir, el investigador registra de forma ordenada los comportamientos, los discursos y las dinámicas que aparecen de forma natural en los entornos observados.

La técnica sirve para complementar la información de la encuesta y para triangular la información esta técnica compara la información que los estudiantes dan en la encuesta con la información que los estudiantes publican, comparten y comentan en sus espacios en internet donde cualquiera puede ver. La observación durará cuatro semanas durante la observación usamos un registro que anotará el tipo de contenido de política que los estudiantes publican, la frecuencia con la que los estudiantes interactúan, el tono del mensaje que los observadores registran y las plataformas que los estudiantes usan. La observación no entrará a ningún espacio que no sea accesible a todos y no vulnerará la privacidad de los participantes.

### ***3.3.1 Instrumento: Encuesta de opción múltiple***

El instrumento para esta investigación es una guía de encuesta tiene cuatro bloques temáticos. Cada bloque corresponde a una variable del Marco Teórico: (1) uso de redes sociodigitales, (2) identidad política digital, (3) opinión pública digital, (4) competencias de alfabetización digital crítica. La guía tiene 20 preguntas de selección múltiple. La guía está organizada de forma progresiva de lo más general y cotidiano a lo más reflexivo y crítico que busca generar confianza en el participante y ayudar a que aparezcan relatos espontáneos y auténticos.

El equipo de investigación desarrolló el cuestionario basándose en los principios teóricos del Marco Teórico de la investigación. Utilizaron la teoría de la performatividad propuesta por Butler (1990), los análisis de Han (2022) en cuanto a la infocracia, la teoría de la burbuja del filtro de Pariser (2011) y los hallazgos de Villagrán (2023) y Obando Muñoz (2021) en Ecuador. Un par de especialistas profesionales de método de investigación social y comunicación política verificarán el contenido del cuestionario antes de su uso.

- El uso de las redes sociales, las plataformas que usa el usuario con frecuencia, motivaciones y tipo de contenido que consume van desde las preguntas del 1 al 5 de la encuesta.
- La Identidad política digital es la autopercepción política, la participación en contenido político, la identificación con actores o causas que se muestra la identidad en redes van desde las preguntas del 6 al 11.
- La opinión pública digital, las fuentes de información política, la confianza en los contenidos, la percepción de la desinformación, la influencia de los algoritmos y las tendencias virales van desde las preguntas de la 12 al 16.
- La alfabetización digital crítica, verificar la información, reconocer las fake news, reflexionar sobre los algoritmos y analizan críticamente el contenido político que van desde las preguntas del 17 al 20.

### **3.4 Criterios de Inclusión y de exclusión**

#### **3.4.1 Inclusión**

- Ser el estudiante que está matriculado en el primer semestre de cualquier carrera de la Universidad Estatal de Bolívar en el período académico de enero a junio de 2026.
- Disponer de un acceso regular y activo al menos una red social digital.
- El estudiante consiente su participación al firmar el consentimiento informado.
- Los dos sexos sin distinción de edad ni de origen rural o urbano.
- Los estudiantes que tengan la voluntad de compartir sus experiencias y sus percepciones políticas en el entorno digital para reflexionar.

#### **3.4.2 Exclusión**

- Los estudiantes que no están matriculados en el período académico de marzo a julio de 2026.
- Los estudiantes que no firmen el consentimiento informado o que se retiren antes de terminar la encuesta.
- Las personas que no pertenecen a la comunidad estudiantil de la Universidad Estatal de Bolívar.

### 3.5 Población y muestra

#### 3.5.1 Población

La población de esta investigación son los estudiantes de primer semestre de la Universidad Estatal de Bolívar en el periodo académico marzo y julio 2026, que corresponden a una población  $N=9.400$  estudiantes, según el registro de matriculación institucional, los cuales están repartidos en distintas carreras y Facultades de la institución.

Dado el carácter mixto de la investigación, no usamos una muestra estadísticamente representativa; usamos una muestra intencional por variación máxima. Según (Patton, 2002) el muestreo intencional por variación máxima selecciona deliberadamente en casos que representan la mayor diversidad posible de las perspectivas.

#### 3.5.2 Muestra

El número estudiantes encuestados de 9.400 es la cantidad de 369 lo cual sacamos realizando con la siguiente formula  $n = \frac{NZ^2pq}{(N-1)e^2 + Z^2pq}$ . Se basa en el criterio de saturación teórica, ese criterio dice que la muestra es suficiente cuando las encuestas nuevas ya no aportan información nueva o nuevas categorías analíticas. Este número es similar a investigaciones cualitativas en el contexto ecuatoriano sobre fenómenos parecidos.

- Población total: Los estudiantes de primer semestre que están matriculados en la Universidad Estatal de Bolívar en el período de marzo a julio de 2026 usan las redes sociodigitales, los estudiantes son aproximadamente 9400.

- La muestra: El investigador eligió la muestra por variación 369 estudiantes de diferentes carreras, de géneros, de procedencia del campo y de la ciudad, y de consumo de contenido de política en línea con 369 estudiantes.
- Técnica de muestreo: se usó el muestreo de la siguiente formula  $n = \frac{NZ^2 pq}{(N-1) e^2 + Z^2 pq}$ , el criterio fue buscar la mayor variación para asegurar la diversidad de perspectivas.

### 3.6 Localización geográfica del estudio

El estudio se hará en la Universidad Estatal de Bolívar (UEB) está, en la ciudad de Guaranda, provincia de Bolívar, Ecuador está a unos 2.700 metros sobre el nivel del mar, en la zona interandina central del país, la elección de este lugar no es al azar responde a la importancia social del contexto regional para el estudio.

La provincia de Bolívar es una de las provincias más rurales y más pobres del Ecuador eso implica que los estudiantes universitarios de la provincia de Bolívar provienen mayormente de familias con acceso limitado a fuente digital de calidad también tienen una formación en alfabetización digital que suele ser más precaria que la de los estudiantes de las ciudades. La especificidad regional hace a la UEB un espacio para estudiar los procesos de la formación de las subjetividades políticas digitales en la brecha digital.

**Figura 1**



*Nota: Imagen tomada en Google satelital 2026*

### **3.7 Fases de recolección de datos**

La recolección de datos ocurrió en cuatro etapas secuenciales con el objetivo de asegurar la exactitud de los datos obtenidos y de cumplir los principios éticos de la investigación social. La fase inicial implicó la validación del instrumento mediante la evaluación de la encuesta por parte de profesores expertos en metodología de investigación y en comunicación política. Se incluyeron las observaciones hechas por estos profesionales en el instrumento final de la versión de la encuesta. La segunda fase comprendió la elección y consentimiento de los participantes de la muestra, garantizando que la participación fuera voluntaria, segura y destinada solo al

cumplimiento de fines académicos. En la fase tercera se aplicaron las encuestas a estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar, mientras se realizó observación no participante en diversos espacios digitales de acceso público. Finalmente, en la cuarta fase se preparó, codificó y estructuró todo el material recolectado para simplificar el análisis y la interpretación del contenido.

### 3.8 Análisis de los datos

El análisis de los datos se llevó a cabo mediante procedimientos descriptivos e interpretativos que contribuyeron a comprender la influencia de las redes sociodigitales sobre la construcción de la subjetividad política digital de los estudiantes. Los datos recolectados a partir de las encuestas fueron organizados en matrices de datos para identificar tendencias, frecuencias y patrones vinculados con el uso de plataformas digitales, la identidad política digital y la formación de la opinión pública. Luego, los resultados fueron analizados basándose en los criterios planteados en la teoría utilizada. Para verificar la validez de estos hallazgos se emplearon criterios de rigurosidad científica, asegurando así la coherencia entre la recopilación de la información, el análisis realizado y las conclusiones obtenidas.

En este análisis, se identificó cuál es el grado de impacto que tienen las redes sociales en la configuración de la subjetividad política digital de los alumnos. Con los datos recolectados, se midieron variables como el nivel de utilización de las plataformas digitales, las estrategias empleadas para interactuar con la información política y la evaluación que los estudiantes hacen de distintas cuestiones de relevancia social. Los hallazgos fueron comparados y evaluados por los fines de las investigaciones, sirviendo para entender cómo los ámbitos virtuales contribuyen al desarrollo de la identidad política y la opinión pública en el ambiente estudiantil de la Universidad Estatal de Bolívar.

## Capítulo IV – Resultados y Discusión

### 4.1 Resultados

En este capítulo describimos el análisis de los resultados de las encuestas de selección múltiple que aplicamos a 369 estudiantes de primer semestre de varias carreras de la Universidad Estatal de Bolívar, aplicamos las encuestas en mayo de 2026 en las instalaciones de la universidad.

Realizamos las sesiones de encuestas, el instrumento tiene 20 preguntas que se organizan en cuatro bloques de temas, el bloque de uso de redes sociodigitales incluye las preguntas 1 al 5 las preguntas de identidad política digital incluyen las preguntas 6 al 11 en cambio de opinión pública digital incluye las preguntas 12 al 16 por ultimo las preguntas de competencias de alfabetización digital crítica incluye las preguntas 17 al 20.

#### 4.1.1 Resultado de la aplicación de las variables

El estudio abordó cuatro áreas que se ajustan a las variables del estudio, se implementaron 20 preguntas para las encuestas de opción múltiple a 369 estudiantes de primer semestre de la Universidad Estatal de Bolívar en el aspecto cuantitativo, así como 369 entrevistas en el aspecto cualitativo.

##### 4.1.1.1 *Uso de redes sociodigitales preguntas de la 1 al 5*

En primer grupo, se tratará el empleo de redes sociodigitales, cuyas preguntas se ubicarán entre las 1 y la 5, teniendo como objetivo identificar cuáles son los canales empleados por los estudiantes para sus actividades, el tiempo invertido al día en estas actividades, la fuente que utilizan para

enterarse sobre política, la frecuencia con que realizan búsquedas de información política y el tipo de contenidos.

### Pregunta 1: ¿Qué redes sociales usas todos los días?

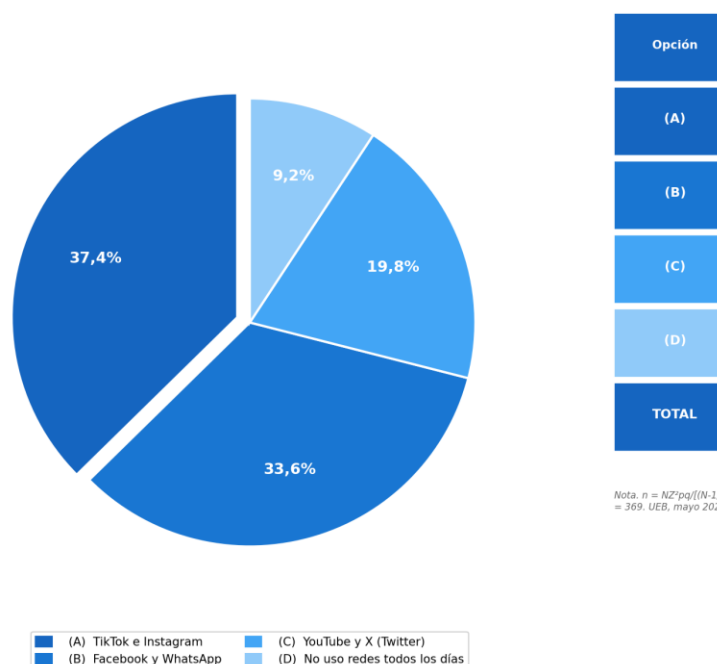
Tabla 1

Distribución de respuestas pregunta 1

|       | Descripción de la respuesta | Frecuencia absoluta (f) | Frecuencia relativa (%) | % Acumulado |
|-------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------|
| A     | TikTok e Instagram          | 138                     | 37,4%                   | 37,4%       |
| B     | Facebook y WhatsApp         | 124                     | 33,6%                   | 71,0%       |
| C     | YouTube y X (Twitter)       | 73                      | 19,8%                   | 90,8%       |
| D     | No uso redes todos los días | 34                      | 9,2%                    | 100,0%      |
| TOTAL |                             | 369                     | 100,0%                  | 100,0%      |

Nota. Diseño propio a partir de los datos aplicado a los estudiantes de primer semestre Pao I 2026.

Figura V1



Nota. Diseño propio a partir de los datos obtenidos en las encuestas a estudiantes de primer semestre Pao I 2026

**Análisis:** Todas las redes sociales usadas diariamente que fueron mencionadas por 138 estudiantes (37,4%). Se informó que utilizaron TikTok e Instagram, mientras que 124 (33,6%) lo hacen por Facebook y WhatsApp, 73 (19,8%) por YouTube y X, y 34 (9,2%) no usan estas plataformas todas las semanas. TikTok e Instagram son las opciones seleccionadas por mayor número de encuesta.

**Pregunta 2: ¿Cuántas horas al día aproximadamente usas las redes sociales?**

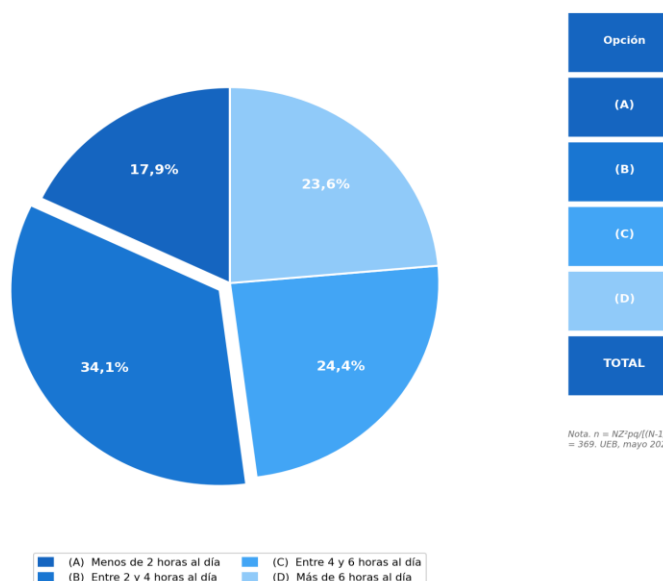
**Tabla 2**

Distribución de respuestas pregunta 2

| Opción | Descripción de la respuesta | Frecuencia absoluta (f) | Frecuencia relativa (%) | % Acumulado |
|--------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------|
| A      | Menos de 2 horas al día     | 66                      | 17,9%                   | 17,9%       |
| B      | Entre 2 y 4 horas al día    | 126                     | 34,1%                   | 52,0%       |
| C      | Entre 4 y 6 horas al día    | 90                      | 24,4%                   | 76,4%       |
| D      | Más de 6 horas al día       | 87                      | 23,6%                   | 100,0%      |
| TOTAL  |                             | 369                     | 100,0%                  | 100,0%      |

*Nota. Diseño propio a partir de los datos aplicado a los estudiantes de primer semestre Pao I 2026.*

**Figura V2**



*Nota. Diseño propio a partir de los datos obtenidos en las encuestas a estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

### Análisis

En cuanto al tiempo de uso diario, 126 personas (34,1%) indicaron que se conectan a las redes durante 2 a 4 horas al día; 90 (24,4%) entre 4 y 6 horas; 87 (23,6%) más de 6 horas; y 66 (17,9%) menos de 2 horas. El 48,0% de los encuestados invierte más de 4 horas al día en las redes sociales, lo que sugiere un consumo intenso y estable de los medios digitales informativos.

**Pregunta 3: ¿Qué red social usas más cuando quieres saber qué está pasando en el Ecuador?**

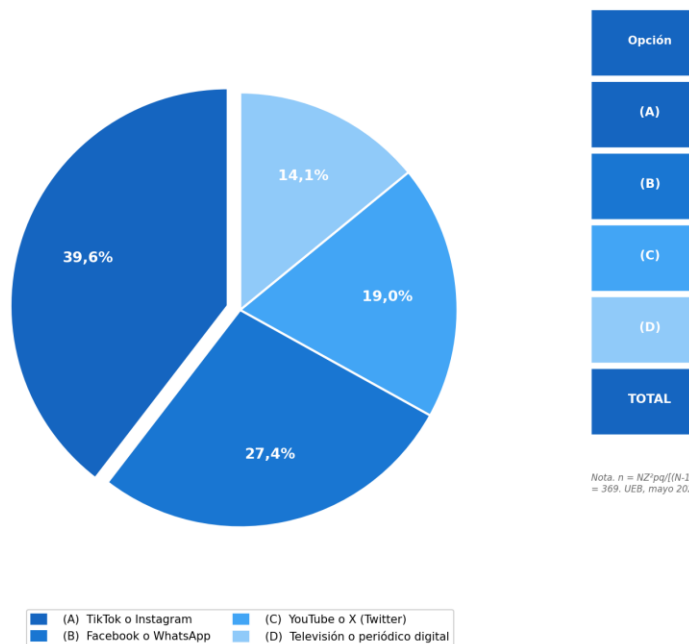
**Tabla 3**

Distribución de respuestas pregunta 3

| Opción       | Descripción de la respuesta    | Frecuencia absoluta (f) | Frecuencia relativa (%) | % Acumulado |
|--------------|--------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------|
| <b>A</b>     | <b>TikTok o Instagram</b>      | <b>146</b>              | <b>39,6%</b>            | 39,6%       |
| <b>B</b>     | Facebook o WhatsApp            | 101                     | 27,4%                   | 67,0%       |
| <b>C</b>     | YouTube o X (Twitter)          | 70                      | 19,0%                   | 86,0%       |
| <b>D</b>     | Televisión o periódico digital | 52                      | 14,1%                   | 100,1%      |
| <b>TOTAL</b> |                                | <b>369</b>              | 100,0%                  | 100,0%      |

*Nota. Diseño propio a partir de los datos aplicado a los estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

**Figura V3**



*Nota. Diseño propio a partir de los datos obtenidos en las encuestas a estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

### **Análisis**

La red usada por quienes reciban noticias de política nacional es el caso en que 146 personas (39,6%) utilizaron TikTok o Instagram; 101 (27,4%) Facebook o WhatsApp; 70 (19,0%) YouTube o X (Twitter); y 52 (14,1%) televisión o periódicos electrónicos digitales. Ningún medio mencionado corresponde a la cadena tradicional como principal en el caso de la población de jóvenes de la Universidad Estatal de Bolívar, lo que refleja una tendencia hacia los medios modernos.

**Pregunta 4: ¿Con qué frecuencia buscas información política en redes sociales?**

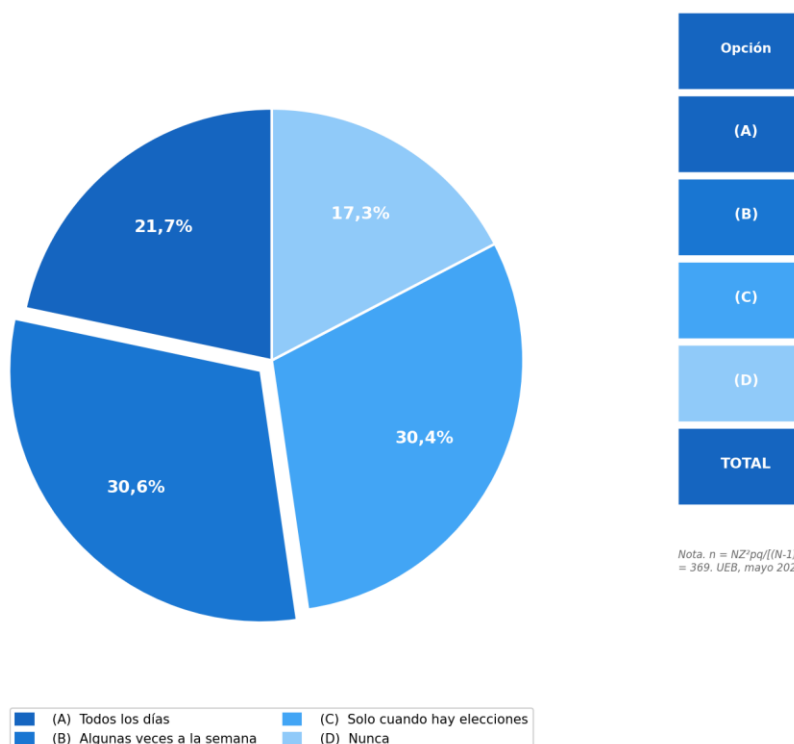
**Tabla 4**

Distribución de respuestas pregunta 4

| Opción | Descripción de la respuesta | Frecuencia absoluta (f) | Frecuencia relativa (%) | % Acumulado |
|--------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------|
| A      | Todos los días              | 80                      | 21,7%                   | 21,7%       |
| B      | Algunas veces a la semana   | 113                     | 30,6%                   | 52,3%       |
| C      | Solo cuando hay elecciones  | 112                     | 30,4%                   | 82,7%       |
| D      | Nunca                       | 64                      | 17,3%                   | 100,0%      |
| TOTAL  |                             | 369                     | 100,0%                  | 100,0%      |

*Nota. Diseño propio a partir de los datos aplicado a los estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

**Figura V4**



*Nota. Diseño propio a partir de los datos obtenidos en las encuestas a estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

## Análisis

El 47,7% de los encuestados se relaciona periódicamente o no con el consumo informativo digital política, lo cual indica que el consumo político no es una acción consciente cotidiana, sino más bien una actitud cíclica y ocasional.

### Pregunta 5: ¿Qué tipo de contenido político consumes más en redes sociales?

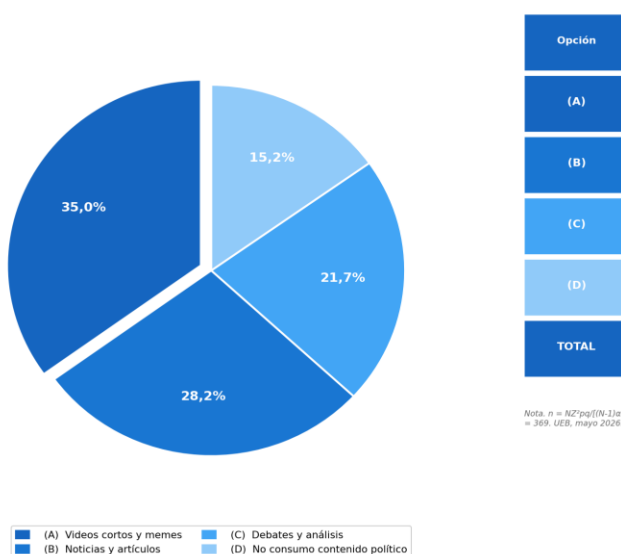
**Tabla 5**

Distribución de respuestas pregunta 5

| Opción | Descripción de la respuesta   | Frecuencia absoluta (f) | Frecuencia relativa (%) | % Acumulado |
|--------|-------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------|
| A      | Videos cortos y memes         | 129                     | 35,0%                   | 35,0%       |
| B      | Noticias y artículos          | 104                     | 28,2%                   | 63,2%       |
| C      | Debates y análisis            | 80                      | 21,7%                   | 84,9%       |
| D      | No consumo contenido político | 56                      | 15,2%                   | 100,1%      |
| TOTAL  |                               | 369                     | 100,0%                  | 100,0%      |

*Nota. Diseño propio a partir de los datos aplicado a los estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

**Figura V5**



*Nota. Diseño propio a partir de los datos obtenidos en las encuestas a estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

## Análisis

Cuanto, al contenido político consumido el contenido de contenido rápido, como videos cortos y memes, para el consumo político, tal y como opera principalmente mediante formatos informáticos emocionantes e influyentes que generan respuestas emocionales y desencadenan reacciones en vez de argumentaciones lógicas u objetivas o promesas políticas.

### 4.1.2 La identidad política digital preguntas 6 al 11

En este apartado se tratan los aspectos políticos digitales y corresponden las preguntas 6 al 11. Se exploran aspectos como la conectividad del estudiante, su interés por lo político, participación en contenidos políticos, cambio de manera de pensar tras usar las redes sociales, seguimiento de políticos por parte del estudiante, y su participación en discusiones políticas en redes sociales.

#### Pregunta 6: ¿Tienes buena señal de internet y eso afecta cómo usas las redes?

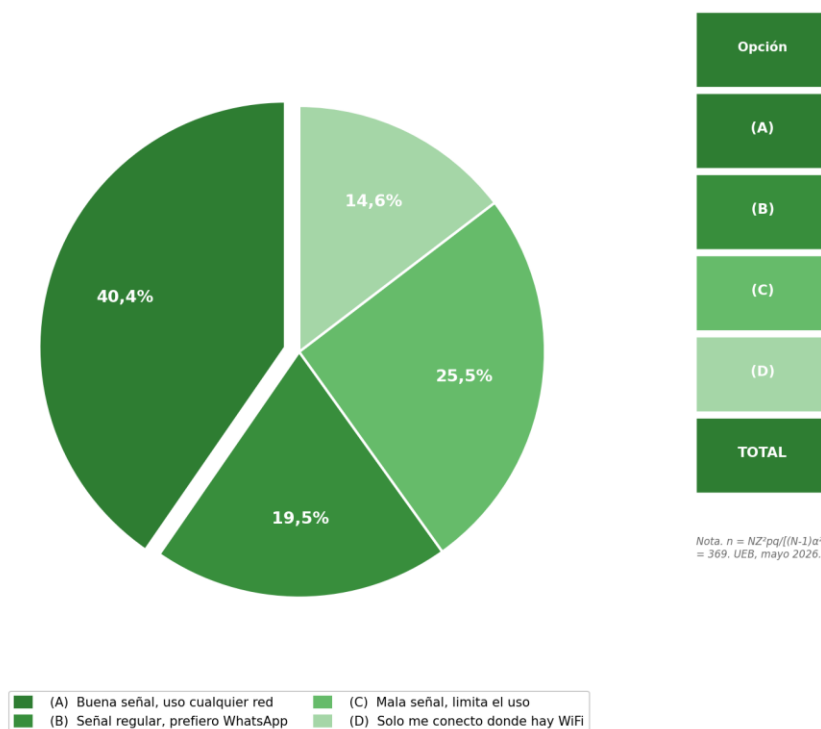
**Tabla 6**

Distribución de respuestas pregunta 8

| Opción       | Descripción de la respuesta      | Frecuencia absoluta (f) | Frecuencia relativa (%) | % Acumulado |
|--------------|----------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------|
| <b>A</b>     | Buena señal, uso cualquier red   | 149                     | 40,4%                   | 40,4%       |
| <b>B</b>     | Señal regular, prefiero WhatsApp | 72                      | 19,5%                   | 59,9%       |
| <b>C</b>     | Mala señal, limita el uso        | 94                      | 25,5%                   | 85,4%       |
| <b>D</b>     | Solo me conecto donde hay WiFi   | 54                      | 14,6%                   | 100,0%      |
| <b>TOTAL</b> |                                  | 369                     | 100,0%                  | 100,0%      |

*Nota. Diseño propio a partir de los datos aplicado a los estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

Figura V6



Nota. Diseño propio a partir de los datos obtenidos en las encuestas a estudiantes de primer semestre Pao I 2026

## Análisis

Siguiendo con el tema de la conectividad, la combinación de las respuestas C y D, referidas a estudiantes con acceso digital limitado, equivalen al 40,1% (148 personas) entre todos los encuestados, lo que destaca la gravedad de la brecha digital en la provincia de Bolívar y su efecto real sobre el ejercicio ciudadano de los estudiantes universitarios en esa región.

**Pregunta 7: ¿Te interesa la política y tienes una posición política definida?**

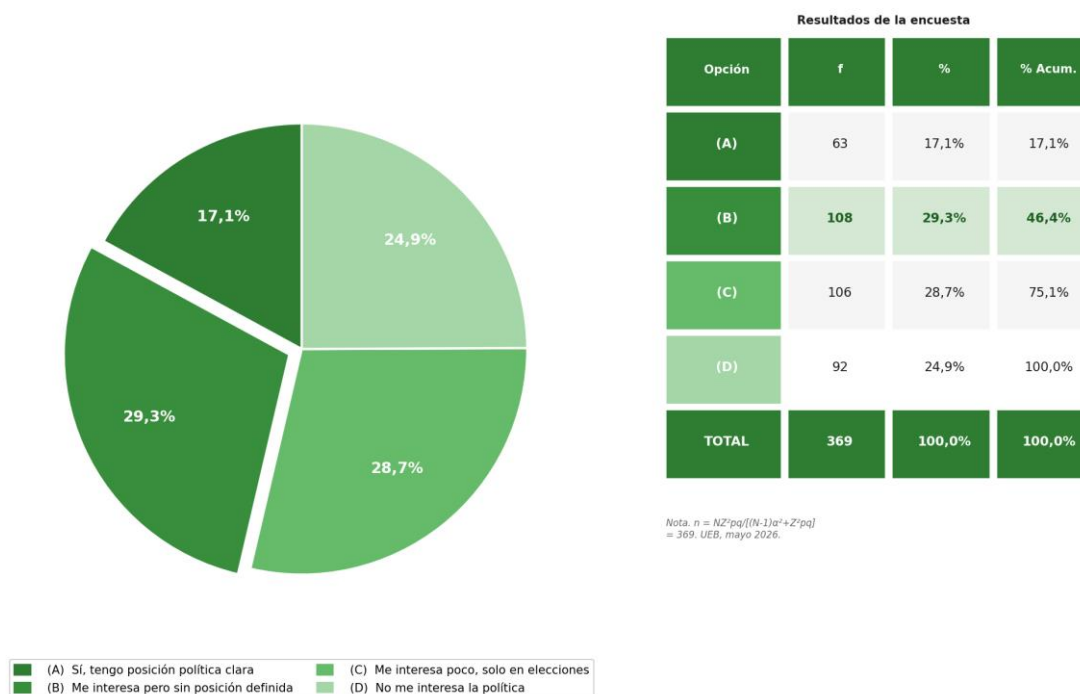
**Tabla 7**

*Distribución de respuestas — Pregunta 7.*

| Opción       | Descripción de la respuesta                   | Frecuencia absoluta (f) | Frecuencia relativa (%) | % Acumulado   |
|--------------|-----------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------|
| (A)          | Sí, tengo posición política clara             | 63                      | 17,1%                   | 17,1%         |
| (B)          | <b>Me interesa pero sin posición definida</b> | <b>108</b>              | <b>29,3%</b>            | <b>46,4%</b>  |
| (C)          | Me interesa poco, solo en elecciones          | 106                     | 28,7%                   | 75,1%         |
| (D)          | No me interesa la política                    | 92                      | 24,9%                   | 100,0%        |
| <b>TOTAL</b> |                                               | <b>369</b>              | <b>100,0%</b>           | <b>100,0%</b> |

*Nota. Diseño propio a partir de los datos aplicado a los estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

**Figura V7**



*Nota. Diseño propio a partir de los datos obtenidos en las encuestas a estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

## Análisis

Con respecto al interés político el porcentaje de estudiantes con bajos o 0 en su nivel de interés político categorías C y D es del 53,7%, lo que sugiere que predomina el interés insuficiente o episódico para políticas. El mapa refleja un perfil predominantemente desinteresado u ocasionalmente vinculado entre los primeros semestres de la UEB.

**Pregunta 8: ¿Alguna vez diste "me gusta", compartiste o comentaste algo político en redes?**

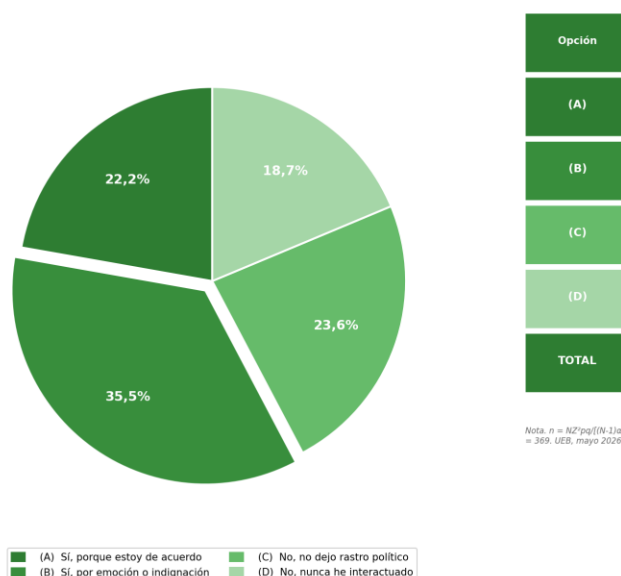
**Tabla 8**

Distribución de respuestas pregunta 8

| Opción       | Descripción de la respuesta          | Frecuencia absoluta (f) | Frecuencia relativa (%) | % Acumulado |
|--------------|--------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------|
| <b>A</b>     | Sí, porque estoy de acuerdo          | 82                      | 22,2%                   | 22,2%       |
| <b>B</b>     | <b>Sí, por emoción o indignación</b> | <b>131</b>              | <b>35,5%</b>            | 57,7%       |
| <b>C</b>     | No, no dejo rastro político          | 87                      | 23,6%                   | 81,3%       |
| <b>D</b>     | No, nunca he interactuado            | 69                      | 18,7%                   | 100,0%      |
| <b>TOTAL</b> |                                      | <b>369</b>              | 100,0%                  | 100,0%      |

*Nota: propio a partir de los datos aplicado a los estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

**Figura V8**



*Nota. Diseño propio a partir de los datos obtenidos en las encuestas a estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

## **Análisis**

Por cuanto se refiere a las interacciones con contenido político, la emoción como principal motivador para la interacción política 35,5% es superior al acuerdo reflexivo como motivo 22,2% la cual las prácticas cotidianas en línea construyen una identidad política antes que expresarla.

Pregunta 9: ¿Las redes sociales han cambiado la forma en que piensas sobre la política?

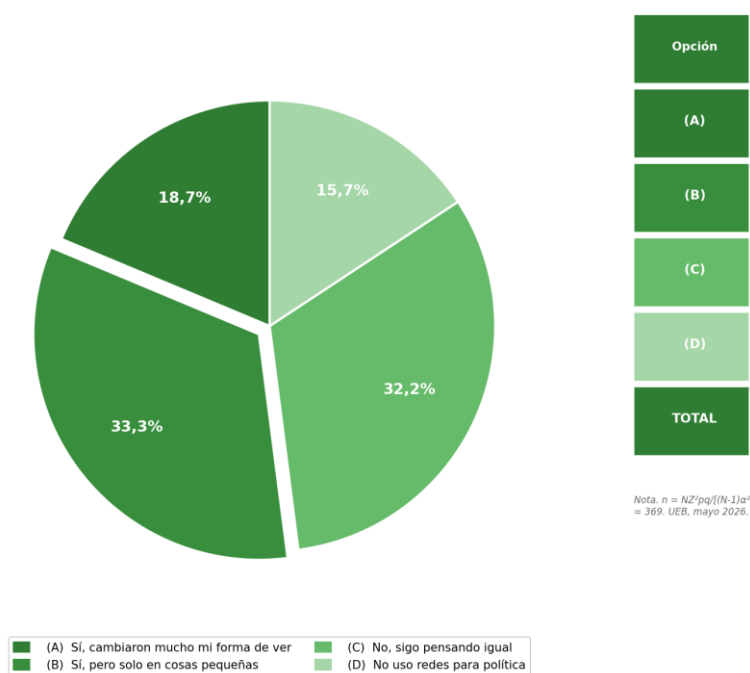
Tabla 9

Distribución de respuestas — Pregunta 9

| Opción | Descripción de la respuesta         | Frecuencia absoluta (f) | Frecuencia relativa (%) | % Acumulado |
|--------|-------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------|
| A      | Sí, cambiaron mucho mi forma de ver | 69                      | 18,7%                   | 18,7%       |
| B      | Sí, pero solo en cosas pequeñas     | 123                     | 33,3%                   | 52,0%       |
| C      | No, sigo pensando igual             | 119                     | 32,2%                   | 84,2%       |
| D      | No uso redes para política          | 58                      | 15,7%                   | 99,9%       |
| TOTAL  |                                     | 369                     | 100,0%                  | 100,0%      |

Nota: propio a partir de los datos aplicado a los estudiantes de primer semestre Pao I 2026

Figura V9



Nota. Diseño propio a partir de los datos obtenidos en las encuestas a estudiantes de primer semestre Pao I 2026

### Análisis

Por esa razón, el 52,0% reconocen cierto grado de influencia de las redes sociales en su perspectiva política, este resultado revela el poder que tienen las plataformas digitales sobre las percepciones individuales, incluso en aquellos que prefieren no tener ningún vínculo.

**Pregunta 10: ¿Sigues en redes sociales a algún político, partido o movimiento político del Ecuador?**

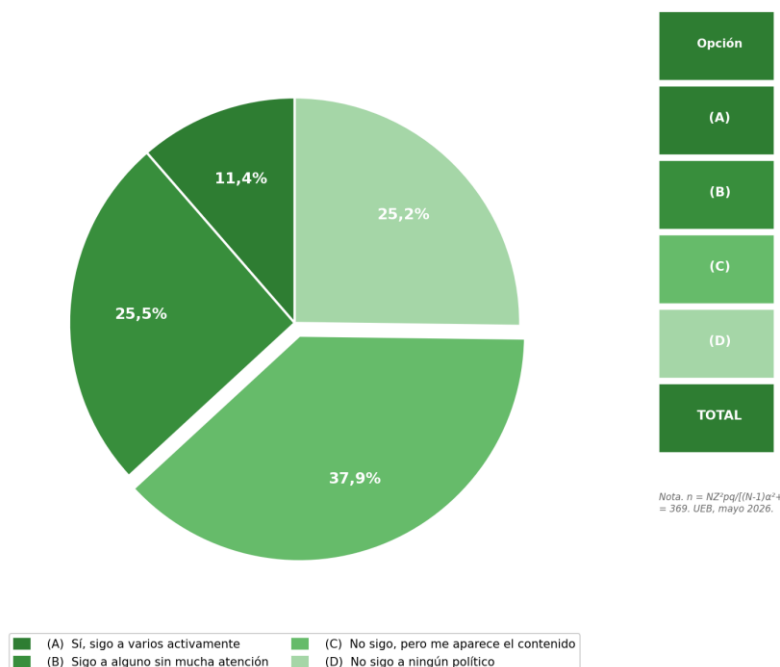
**Tabla 10**

*Distribución de respuestas — Pregunta 10*

| Opción       | Descripción de la respuesta                  | Frecuencia absoluta (f) | Frecuencia relativa (%) | % Acumulado |
|--------------|----------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------|
| <b>A</b>     | Sí, sigo a varios y estoy al tanto           | 42                      | 11,4%                   | 11,4%       |
| <b>B</b>     | Sigo a alguno sin mucha atención             | 94                      | 25,5%                   | 36,9%       |
| <b>C</b>     | <b>No sigo, pero me aparece el contenido</b> | <b>140</b>              | <b>37,9%</b>            | 74,8%       |
| <b>D</b>     | No sigo a ningún político                    | 93                      | 25,2%                   | 100,0%      |
| <b>TOTAL</b> |                                              | <b>369</b>              | 100,0%                  | 100,0%      |

*Nota: propio a partir de los datos aplicado a los estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

**Figura V10**



*Nota: Diseño propio a partir de los datos obtenidos en las encuestas a estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

### **Análisis**

Un total de 140 encuestados el 63,1% responden que no siguen a ningún actor político intencionadamente; esto significa que en la mayoría del caso la recepción política de los alumnos por medio de internet es pasiva y mediada de forma algorítmica, no siendo resultado de un buscar activo y reflexivo de información política.

Pregunta 11: ¿Alguna vez has participado en una discusión política en redes sociales?

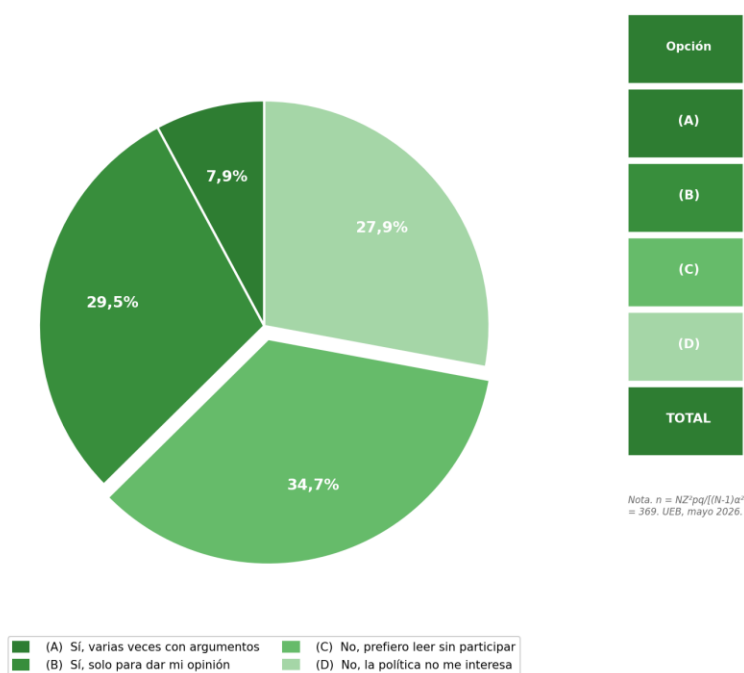
Tabla 11

Distribución de respuestas — Pregunta 11

| Opción | Descripción de la respuesta      | Frecuencia absoluta (f) | Frecuencia relativa (%) | % Acumulado |
|--------|----------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------|
| A      | Sí, varias veces con argumentos  | 29                      | 7,9%                    | 7,9%        |
| B      | Sí, solo para dar mi opinión     | 109                     | 29,5%                   | 37,4%       |
| C      | No, prefiero leer sin participar | 128                     | 34,7%                   | 72,1%       |
| D      | No, la política no me interesa   | 103                     | 27,9%                   | 100,0%      |
| TOTAL  |                                  | 369                     | 100,0%                  | 100,0%      |

Nota: propio a partir de los datos aplicado a los estudiantes de primer semestre Pao I 2026

Figura V11



Nota: Diseño propio a partir de los datos obtenidos en las encuestas a estudiantes de primer semestre Pao I 2026.

## Análisis

Con respecto a la participación en debates políticos digitales, el 62,6% restante no participó en ningún tipo de debate digital, lo cual se puede considerar la dominancia de una actitud pasiva digital y coincide con los hallazgos respecto a los factores que influyen en el desinterés o en la inacción política en las redes en Ecuador.

### 4.1.3 Opinión pública digital

El tercero corresponde al público digital de opiniones y abarca las preguntas 12 a 16, cuyo contenido es si los estudiantes comparten información política en las redes, si los vídeos han modificado sus opiniones sobre candidatos, cuánta confianza tienen en la información política digital, si creen que las redes sociales les afectan en su decisión de votar y si perciben más ataques que resalta el uso de las políticas digitales.

#### Pregunta 12: ¿Públicas o hablas de política en tus redes o prefieres no hacerlo?

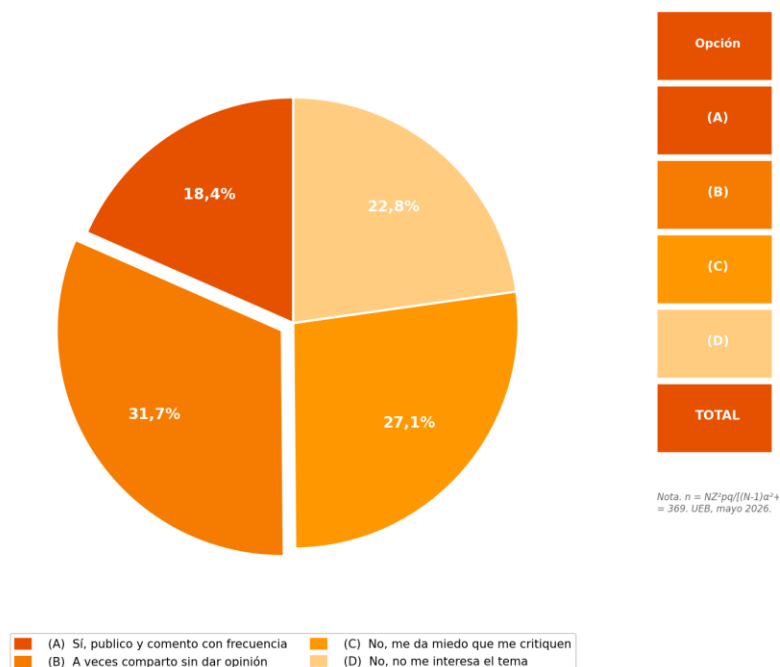
**Tabla 12**

*Distribución de respuestas — Pregunta 12*

| Opción       | Descripción de la respuesta             | Frecuencia absoluta (f) | Frecuencia relativa (%) | % Acumulado   |
|--------------|-----------------------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------|
| <b>A</b>     | Sí, publico y comento con frecuencia    | 68                      | 18,4%                   | 18,4%         |
| <b>B</b>     | <b>A veces comparto sin dar opinión</b> | <b>117</b>              | <b>31,7%</b>            | 50,1%         |
| <b>C</b>     | No, me da miedo que me critiquen        | 100                     | 27,1%                   | 77,2%         |
| <b>D</b>     | No, no me interesa el tema              | 84                      | 22,8%                   | 100,0%        |
| <b>TOTAL</b> |                                         | <b>369</b>              | <b>100,0%</b>           | <b>100,0%</b> |

*Nota: propio a partir de los datos aplicado a los estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

**Figura V12**



*Nota: Diseño propio a partir de los datos obtenidos en las encuestas a estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

### **Análisis**

En cuanto al uso de redes sociales para publicar política, el número de encuestados que, en redes, no comparten sus propias ideas políticas categóricamente en opciones B, C y D sumada asciende al 81,6%, lo que confirma que la censura autoimpuesta y el consumo pasivo prevalecen sobre la participación activa en el internet.

**Pregunta 13: ¿Un video o publicación política en redes te ha hecho cambiar de opinión sobre algún candidato?**

**Tabla 13**

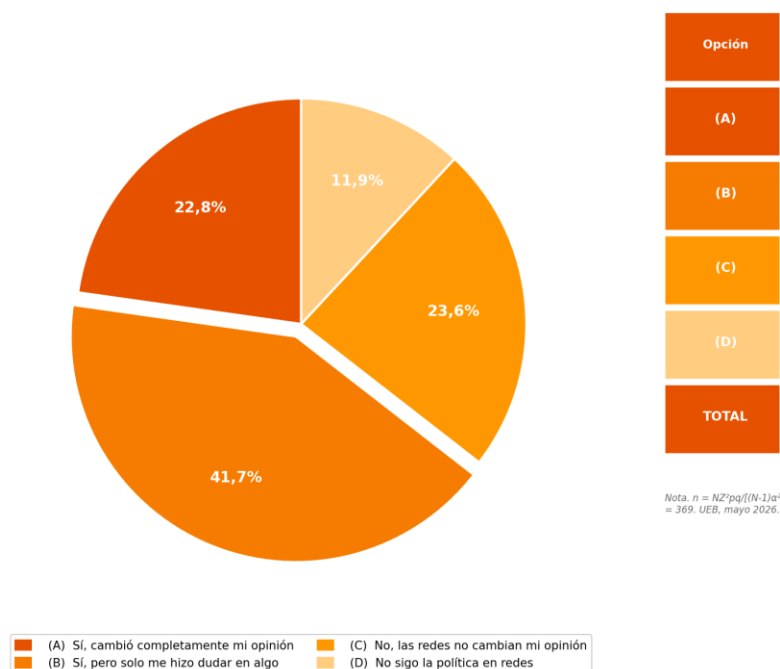
*Distribución de respuestas — Pregunta 13*

| Opción | Descripción de la respuesta                  | Frecuencia absoluta (f) | Frecuencia relativa (%) | % Acumulado |
|--------|----------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------|
| A      | Sí, un video cambió completamente mi opinión | 84                      | 22,8%                   | 22,8%       |
| B      | Sí, pero solo me hizo dudar en algo          | 154                     | 41,7%                   | 64,5%       |
| C      | No, las redes no cambian mi opinión          | 87                      | 23,6%                   | 88,1%       |
| D      | No sigo la política en redes                 | 44                      | 11,9%                   | 100,0%      |
| TOTAL  |                                              | 369                     | 100,0%                  | 100,0%      |

*Nota: propio a partir de los datos aplicado a los estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

**Figura 13**

*Distribución de respuestas — Pregunta 13*



*Nota: Diseño propio a partir de los datos obtenidos en las encuestas a estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

### Análisis

El 64,5% de los encuestados se da cuenta que los contenidos digitales han tenido un impacto mínimo en su criterio político, esto confirma los puntos de vista de la relación con la relevancia emocional frente a la racionalidad en la comunicación política digital y los resultados relacionados con el poder del contenido emocional en las campañas políticas ecuatorianas.

**Pregunta 14: ¿Cuánto confías en la información política que ves en redes sociales?**

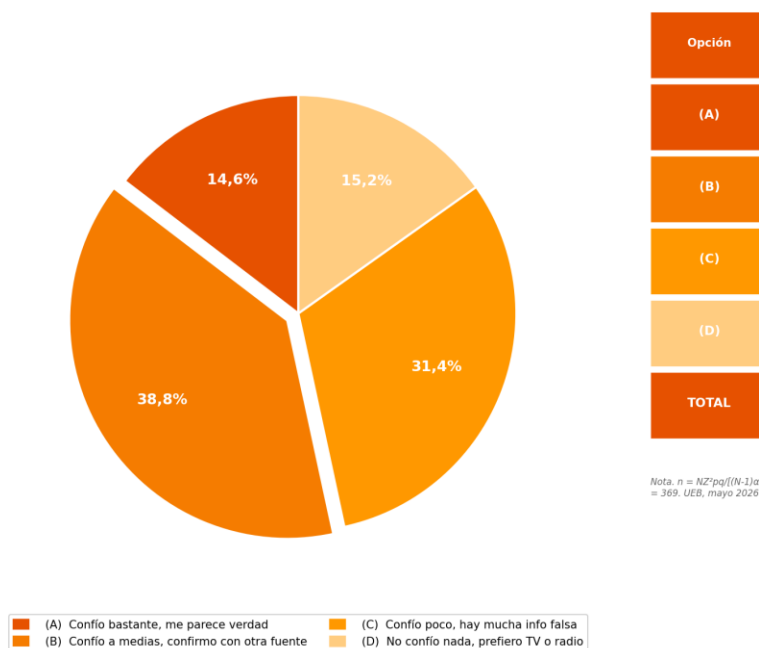
**Tabla 16**

*Distribución de respuestas — Pregunta 14*

| Opción       | Descripción de la respuesta                      | Frecuencia absoluta (f) | Frecuencia relativa (%) | % Acumulado   |
|--------------|--------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------|
| <b>A</b>     | Confío bastante, me parece verdad                | 54                      | 14,6%                   | 14,6%         |
| <b>B</b>     | <b>Confío a medias, confirmo con otra fuente</b> | <b>143</b>              | <b>38,8%</b>            | 53,4%         |
| <b>C</b>     | Confío poco, hay mucha info falsa                | 116                     | 31,4%                   | 84,8%         |
| <b>D</b>     | No confío nada, prefiero TV o radio              | 56                      | 15,2%                   | 100,0%        |
| <b>TOTAL</b> |                                                  | <b>369</b>              | <b>100,0%</b>           | <b>100,0%</b> |

*Nota: propio a partir de los datos aplicado a los estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

Figura 14



Nota: Diseño propio a partir de los datos obtenidos en las encuestas a estudiantes de primer semestre Pao I 2026

### Análisis

En cuanto a la confianza en la información política digital el total del grupo, el 85,4% tiene algún tipo de incertidumbre ante la información política digital. Sin embargo, como se puede observar en el cuarto bloque, la desconfianza que se declara no tiene un efecto práctico consistente en las prácticas de comprobación previa al compartir el contenido.

**Pregunta 15: ¿Crees que lo que pasa en redes sociales influye en cómo vota la gente en el Ecuador?**

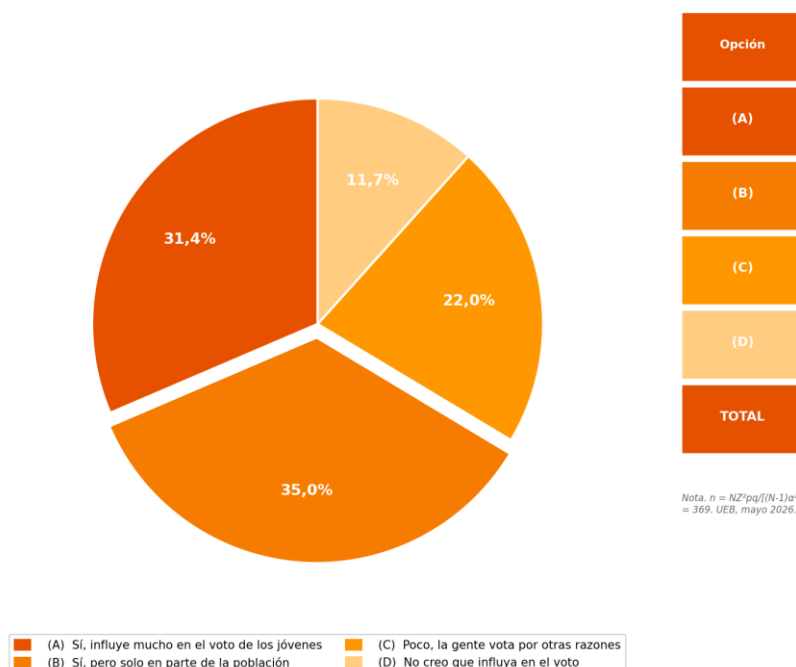
**Tabla 15**

*Distribución de respuestas — Pregunta 15*

| Opción | Descripción de la respuesta                 | Frecuencia absoluta (f) | Frecuencia relativa (%) | % Acumulado |
|--------|---------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------|
| A      | Sí, influye mucho en el voto de los jóvenes | 116                     | 31,4%                   | 31,4%       |
| B      | Sí, pero solo en parte de la población      | 129                     | 35,0%                   | 66,4%       |
| C      | Poco, la gente vota por otras razones       | 81                      | 22,0%                   | 88,4%       |
| D      | No creo que influya en el voto              | 43                      | 11,7%                   | 100,1%      |
| TOTAL  |                                             | 369                     | 100,0%                  | 100,0%      |

*Nota: propio a partir de los datos aplicado a los estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

**Figura V15**



*Nota: Diseño propio a partir de los datos obtenidos en las encuestas a estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

### Análisis

En relación a la percepción acerca del papel de las redes en la elección, 129 encuestados (35,0%) opinaron que sí pero solo parcialmente en cuanto a la población; 116 (31,4%) consideran que tiene un efecto muy importante en las elecciones de los jóvenes; 81 (22,0%) se mostraron escépticos y afirmaron que la gente vota por las razones mencionadas son variadas; además, 43 personas (el 11,7%) no creyeron que las redes afectan el comportamiento electoral. De todos ellos, el 66,4% opinó que las redes sociales realmente inciden en el comportamiento electoral.

**Pregunta 16: ¿Sientes que en las redes se habla más de ataques entre políticos que de propuestas reales?**

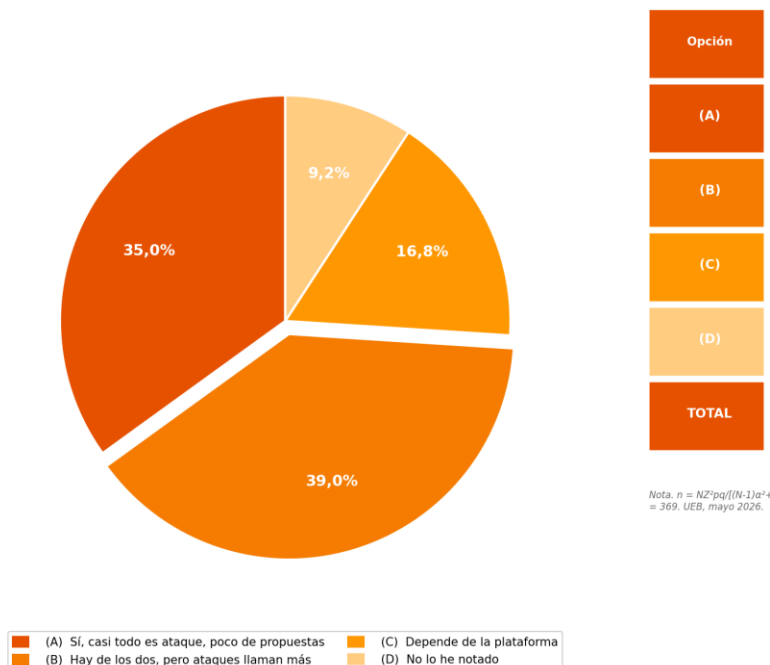
**Tabla 16**

*Distribución de respuestas — Pregunta 16*

| Opción       | Descripción de la respuesta                    | Frecuencia absoluta (f) | Frecuencia relativa (%) | % Acumulado   |
|--------------|------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------|
| <b>A</b>     | Sí, casi todo es ataque, poco de propuestas    | 129                     | 35,0%                   | 35,0%         |
| <b>B</b>     | <b>Hay de los dos, pero ataques llaman más</b> | <b>144</b>              | <b>39,0%</b>            | 74,0%         |
| <b>C</b>     | Depende de la plataforma                       | 62                      | 16,8%                   | 90,8%         |
| <b>D</b>     | No lo he notado                                | 34                      | 9,2%                    | 100,0%        |
| <b>TOTAL</b> |                                                | <b>369</b>              | <b>100,0%</b>           | <b>100,0%</b> |

*Nota: propio a partir de los datos aplicado a los estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

**Figura V16**



*Nota: Diseño propio a partir de los datos obtenidos en las encuestas a estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

### **Análisis**

Se reveló que el 74,0% percibe que los ataques predominan sobre las propuestas en el debate político digital, lo que evidencia la degradación del espacio público deliberativo.

#### **4.1.4 Las competencias de alfabetización digital crítica**

La cuarta etapa corresponde a las competencias de alfabetización digital crítica e implica las preguntas 17 a 20 sobre si los estudiantes se han informado sobre noticias políticas fáciles, si comprobaban la información antes de compartirla, si se conocen las técnicas para detectar una noticia falsa y si el centro escolar les proporcionó habilidades para navegar críticamente la información política electrónica

**Pregunta 17: ¿Alguna vez te llegó una noticia política por WhatsApp o TikTok que resultó ser falsa?**

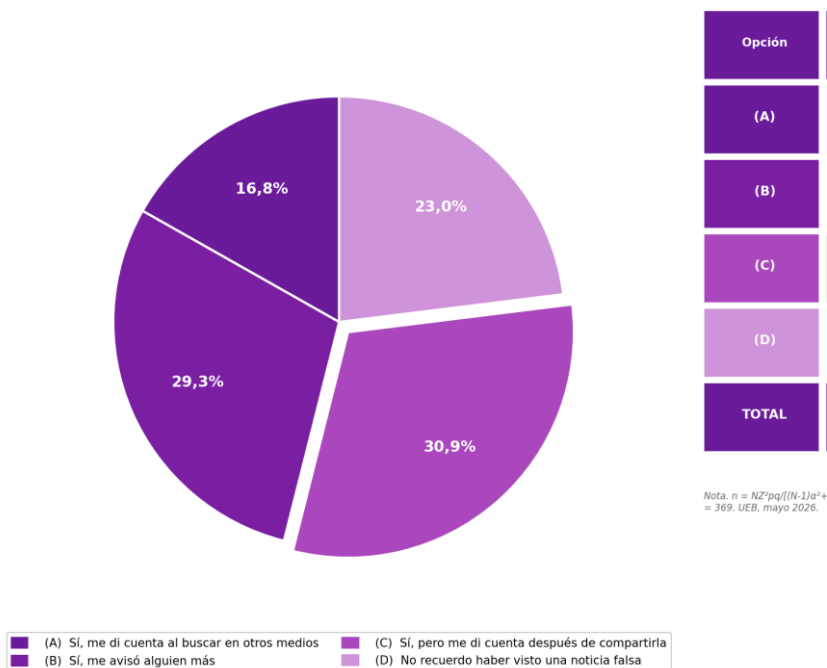
**Tabla 17**

*Distribución de respuestas — Pregunta 17*

| Opción | Descripción de la respuesta                  | Frecuencia absoluta (f) | Frecuencia relativa (%) | % Acumulado |
|--------|----------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------|
| A      | Sí, me di cuenta al buscar en otros medios   | 62                      | 16,8%                   | 16,8%       |
| B      | Sí, me avisó alguien más                     | 108                     | 29,3%                   | 46,1%       |
| C      | Sí, pero me di cuenta después de compartirla | 114                     | 30,9%                   | 77,0%       |
| D      | No recuerdo haber visto una noticia falsa    | 85                      | 23,0%                   | 100,0%      |
| TOTAL  |                                              | 369                     | 100,0%                  | 100,0%      |

*Nota: propio a partir de los datos aplicado a los estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

**Figura V17**



*Nota: Diseño propio a partir de los datos obtenidos en las encuestas a estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

## Análisis

En cuanto a las noticias políticas falsas un 77% reconoció que sufrió un fallo informativo político, de donde solo el 30,9% la compartió antes de detectar que era falsa, demostrando que estos estudiantes son sensibles ante la desinformación política.

### Pregunta 18: Antes de compartir algo político en redes, lo verificas o lo reenvías directo

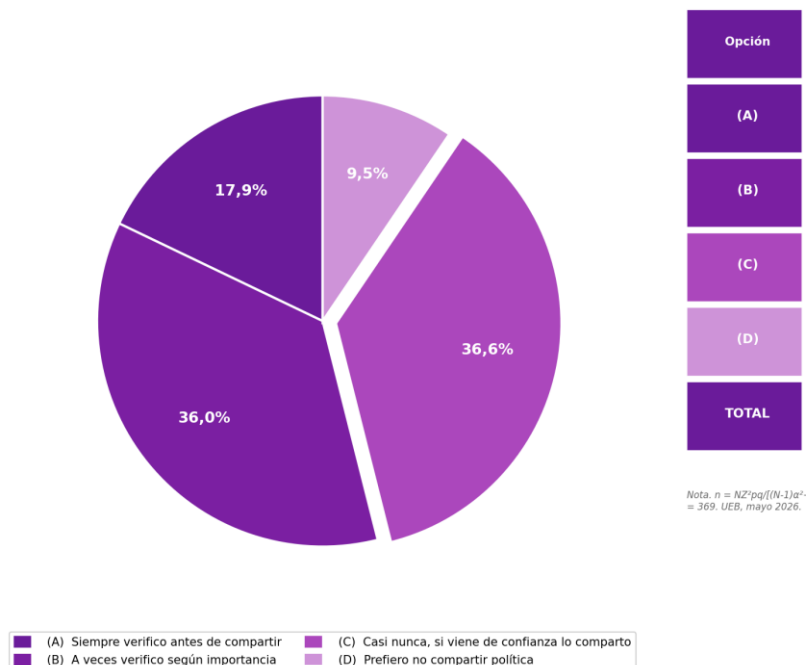
**Tabla 18**

*Distribución de respuestas — Pregunta 18*

| Opción       | Descripción de la respuesta                          | Frecuencia absoluta (f) | Frecuencia relativa (%) | % Acumulado   |
|--------------|------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------|
| <b>A</b>     | Siempre verifico antes de compartir                  | 66                      | 17,9%                   | 17,9%         |
| <b>B</b>     | A veces verifico según importancia                   | 133                     | 36,0%                   | 53,9%         |
| <b>C</b>     | <b>Casi nunca, si viene de confianza lo comparto</b> | <b>135</b>              | <b>36,6%</b>            | 90,5%         |
| <b>D</b>     | Prefiero no compartir política                       | 35                      | 9,5%                    | 100,0%        |
| <b>TOTAL</b> |                                                      | <b>369</b>              | <b>100,0%</b>           | <b>100,0%</b> |

*Nota: propio a partir de los datos aplicado a los estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

**Figura V18**



*Nota: Diseño propio a partir de los datos obtenidos en las encuestas a estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

### **Análisis**

Siguiendo con las prácticas de verificación tan solo el 17,9% tiene prácticas establecidas de control, mientras que el 36,6% no revisa nada de política casi siempre, respaldando los resultados del estudio sobre el desafío a los estudiantes universitarios frente a la difusión falsa en plataformas de mensajería.

**Pregunta 19: ¿Sabes cómo identificar si una noticia política en redes es verdadera o falsa?**

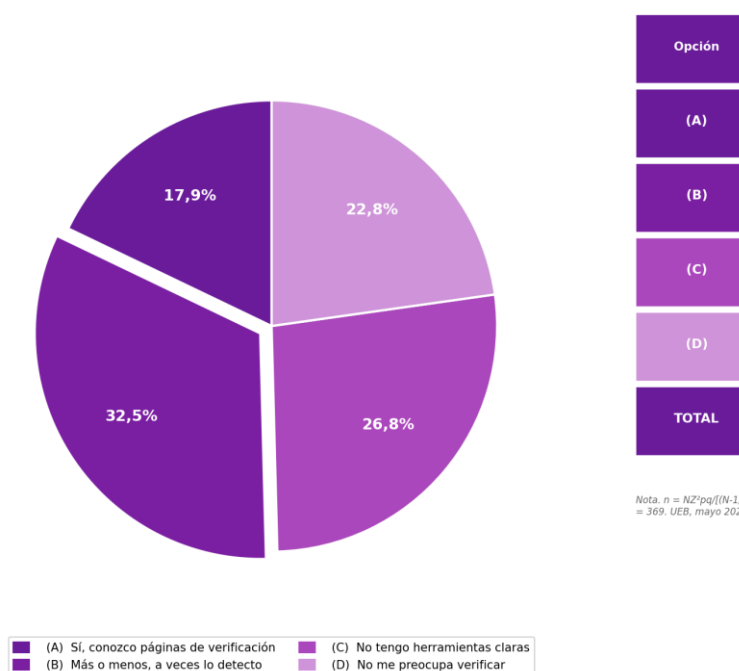
**Tabla 19**

*Distribución de respuestas — Pregunta 19*

| Opción | Descripción de la respuesta         | Frecuencia absoluta (f) | Frecuencia relativa (%) | % Acumulado |
|--------|-------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------|
| A      | Sí, conozco páginas de verificación | 66                      | 17,9%                   | 17,9%       |
| B      | Más o menos, a veces lo detecto     | 120                     | 32,5%                   | 50,4%       |
| C      | No tengo herramientas claras        | 99                      | 26,8%                   | 77,2%       |
| D      | No me preocupa verificar            | 84                      | 22,8%                   | 100,0%      |
| TOTAL  |                                     | 369                     | 100,0%                  | 100,0%      |

*Nota: propio a partir de los datos aplicado a los estudiantes de primer semestre Pao I 2026.*

**Figura 19**



*Nota: Diseño propio a partir de los datos obtenidos en las encuestas a estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

## Análisis

Con respecto a las habilidades de reconocimiento de noticias falsas, la cifra del 49,6% sin criterios claros de autenticación ni preocupación por verificar lo que ven en línea subraya una notable brecha en las habilidades de la educación crítica digital entre estudiantes de primer semestre de la UEB.

**Pregunta 20: ¿Crees que la universidad te ha dado herramientas para entender mejor la política en redes?**

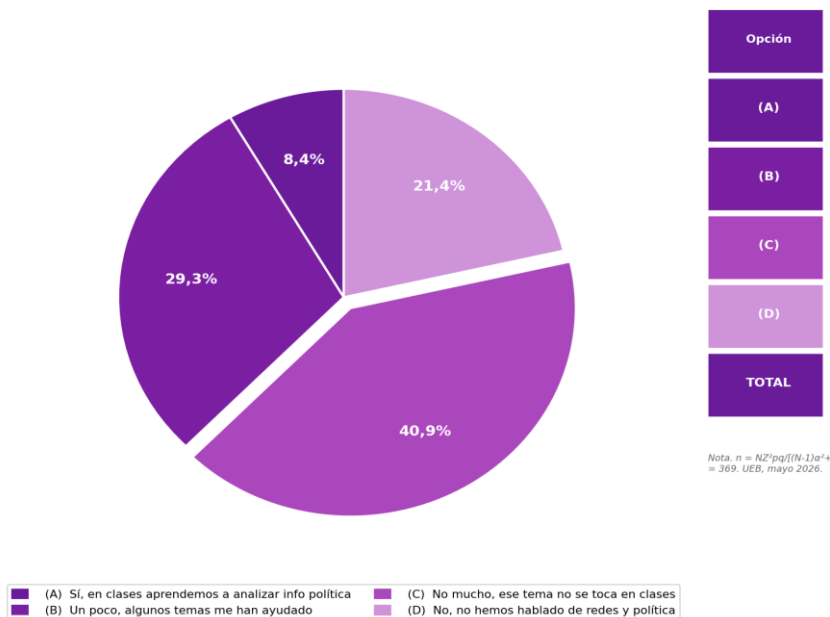
**Tabla 20**

*Distribución de respuestas — Pregunta 20*

| Opción       | Descripción de la respuesta                       | Frecuencia absoluta (f) | Frecuencia relativa (%) | % Acumulado   |
|--------------|---------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------|
| <b>A</b>     | Sí, en clases aprendemos a analizar info política | 31                      | 8,4%                    | 8,4%          |
| <b>B</b>     | Un poco, algunos temas me han ayudado             | 108                     | 29,3%                   | 37,7%         |
| <b>C</b>     | <b>No mucho, ese tema no se toca en clases</b>    | <b>151</b>              | <b>40,9%</b>            | 78,6%         |
| <b>D</b>     | No, no hemos hablado de redes y política          | 79                      | 21,4%                   | 100,0%        |
| <b>TOTAL</b> |                                                   | <b>369</b>              | <b>100,0%</b>           | <b>100,0%</b> |

*Nota: propio a partir de los datos aplicado a los estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

**Figura 20**



*Nota: Diseño propio a partir de los datos obtenidos en las encuestas a estudiantes de primer semestre Pao I 2026*

## **Análisis**

En cuanto al aporte de la universidad en lo relacionado con la alfabetización digital crítica, el 62,3% sostiene que en la UEB no les entregan herramientas adecuadas para navegar la red informacional digital con rigor, lo que sugiere que la institución tiene una responsabilidad clara a tomar en cuenta.

## **4.2 Discusión**

Los resultados de las encuestas a los 369 estudiantes de primer semestre de diferentes carreras de la Universidad Estatal de Bolívar indican que la subjetividad política digital de los jóvenes universitarios está creciendo en la provincia de Bolívar, los jóvenes universitarios forman la subjetividad política digital. Los estudiantes de Guaranda usan siempre TikTok e Instagram y

pasan más de cuatro horas al día en esas plataformas, los estudiantes de los sectores rurales, el caso es distinto utilizan más Facebook y WhatsApp.

La encuesta revela que el 37,4% de quienes participaron afirma que TikTok y Instagram son sus plataformas preferidas; mientras que el 40,1% enfrenta una limitación en el uso de las redes digitales debido a conexiones problemáticas o a su dependencia del Internet institucional. La brecha de acceso a las redes sociales conlleva disparidades en la capacidad de las personas para formar parte de un espacio político.

En este estudio, aquellos que se enfocan principalmente en los contenidos más cortos y los memes como materia política exhiben que la forma más frecuente de consumo político en formato digital es la que requiere menos tiempo para la discusión y la investigación. El 35%, quienes solo consumen ese tipo de contenido, ratifica eso, en la tesis se menciona que las diferencias en el acceso a Internet y a las tecnologías digitales tienen una influencia notable sobre el modo con que adquieren e intercambian opiniones políticas entre individuos de diferentes grados de participación.

El uso predominante de videos cortos y memes como el formato predilecto para el consumo político no es casualidad: esto se debe al procedimiento asistido por computadora de TikTok e Instagram, que acentúa el contenido que provoca emociones inmediatas, no complejo. Para Han (2022) que designa este fenómeno como la infocracia, una configuración en la cual la digitalización no consigue fomentar el debate democrático, sino al contrario, debilita ese mismo debido a que sustituye el argumento por el estimulante emocional. Los 39,6% que utiliza TikTok o Instagram como principal fuente de información política están adquiriendo suelen, con gran frecuencia, contenidos diseñados para provocar reacción antes que pensamiento, lo que repercute notablemente en la calidad de la decisión política que pueden adquirir de ellos.

Segundo, los resultados indican que el 53,7% de los encuestados no tienen ninguna inclinación por la política ni participan en ningún tipo de debate político digital; mientras que el 62,6% no intervienen en ninguna conversación. Como razón para interactuar, la emoción e indignación (con el 35,5%) predomina significativamente respecto al acuerdo reflexivo (el 22,2%). Este patrón respalda la postura sobre la performación de la identidad política no es un hecho estático que se manifiesta en redes, sino una producción iterativa mediante prácticas cotidianas influenciadas por el entorno digital y social. La pasividad generalizada y el autocensuramiento – que indica miedo a críticas (el 27,1%)– representan la reproducción de las normas de identidad en entornos digitales similares a él serrano de Bolívar.

El comportamiento de autocensura observado —el 27,1% de los encuestados no publica opiniones políticas porque teme que los juzguen negativamente— es un reflejo de cómo en la provincia de Bolívar se reproduce el entorno social conservador, con el espacio digital como suelo en el que esos patrones transmitidos. Las investigaciones de Villagrán (2023), en particular sobre las jóvenes personas, demuestran que el temor social es uno de los principales obstáculos para la participación política en línea. Los datos aquí presentados en la Universidad Echeverría-Bolívar apoyan ese punto de vista. La autocensura no se refiere solo a comportamientos individuales entre los estudiantes: también muestra cómo la sociedad, al dominar la opinión pública digital en un espacio de ataque y división más que en un debate constructivo.

En tercer lugar, los estudios sobre la percepción pública digital revelan que el 64,5% de los sujetos coincide con la idea de que los contenidos digitales han influido, por algún nivel, en su percepción política acerca de los candidatos o partidos. Del mismo modo, el 74,0% percibe que las denuncias suponen mayor parte del discurso político en internet. Más concretamente se observó el mismo patrón durante las campañas electorales presidenciales ecuatorianas de 2023, y los

hallazgos obtenidos con el presente estudio sostienen el macropatrón descrito por este autor y muestran que ese comportamiento general en el ámbito público se replica también en la absorción diaria del estudiantado universitario de la provincia de Bolívar.

La burbuja del filtro se confirma también con los datos el 39,6% accede a las redes sociales TikTok e Instagram para obtener información sobre política, sitios web donde los algoritmos de recomendación se encargan de filtrar la información y reducen la exposición a perspectivas diversas. Asimismo, el 63,1% no hace seguimiento intencional de ningún representante político sus consumos políticos son pasivos e inducidos por los algoritmos los estudiantes no deciden de forma activa qué tipo de noticias políticas desean recibir; simplemente los algoritmos seleccionan para ellos aquella información con la cual tendrán más interacciones.

Esto es una amenaza para la democracia porque crea un ecosistema informativo donde las creencias políticas previas tienden a fortalecerse antes de cuestionarse; esto debilita la capacidad de dialogar democráticamente entre ciudadanos que comparten visiones muy distintas. El 63,1% de las personas encuestadas no sigue con objetividad a ningún actor político, lo que implica un consumo político pasivo e influenciado por algoritmos los estudiantes no eligen con intención qué noticias políticas desean recabar, sino que los algoritmos definen qué se les presenta conforme a lo que genera más reacción emocional.

Los resultados del bloque de alfabetización digital crítica son los más alarmantes, sólo el 17,9 por ciento de los encuestados revisa la información antes de compartirla, mientras que el 36,6 por ciento casi nunca lo hace por confiar en el remitente. Un 62,3 por ciento de ellos cree que la UEB no les dio medios suficientes para ello y un 30,9 por ciento ya compartió noticias falsas antes de descubrir que era así. Estos hallazgos demuestran que hay una asignatura pendiente de formación digital en la Universidad Estatal de Bolívar urgente.

El dato más preocupante de esta sección sobre alfabetización es que el 70,2% de los encuestados siente que la Universidad Estatal de Bolívar no le proporcionó suficientes recursos para investigar crítica mente la información política en línea. Solo el 8,4% dice que ha aprendido en el curso a evaluar la información política en línea. Esta falta de formación institucional explica en parte el bajo rendimiento de las prácticas de verificación y pone de manifiesto la responsabilidad institucional que la UEB debería aceptar. Como argumentan la educación académica explícita sobre plataformas digitales puede transformar el consumo automático del contenido político en una práctica de ciudadanía crítico-activista

Estos resultados sugieren que la formación política digital de los estudiantes de primer semestre de la Universidad Estatal de Bolívar está siendo influenciada principalmente por tres factores concurrentes: las lógicas de la tecnología digital alojada, las desigualdades estructurales del acceso a la tecnología digital en la provincia de Bolívar y el hecho de que no exista una enseñanza crítica institucional para guiar su navegación en el entorno digital con un enfoque de autonomía y una actitud democrática. La brecha digital urbano-rural es la variable estructural más determinante, lo que se acuerda con las observaciones de quienes sostienen que los estudios nacionales tienden a reiterar las deficiencias urbanas, mientras que la investigación regional proporcionaría un enfoque que no esté condicionado a dichos sesgos.

## Capítulo V - Conclusiones y Recomendaciones

### 5.1 Conclusión

Las conclusiones que aparecen a continuación resumen los hallazgos de la investigación, se enlazan el problema planteado del Capítulo I, el sustento teórico e histórico del Capítulo II, el diseño metodológico del Capítulo III y los resultados y la discusión del Capítulo IV. Las conclusiones responden a uno o varios objetivos de la investigación y muestran la relación de las conclusiones con las teorías del marco conceptual, con la evidencia empírica y con el estado del arte de la subjetividad política digital de los jóvenes universitarios ecuatorianos.

- Las redes sociodigitales tienen una influencia importante en la creación de la subjetividad política digital de los estudiantes del primer semestre de la Universidad Estatal de Bolívar. Usan las plataformas digitales para recibir noticias, comunicarse y expresar opiniones sobre temas políticos y sociales. Esto contribuye a construir percepciones, ideologías e inquietudes políticas en ambientes virtuales. Además, las redes sociales han convertido en lugares de intercambio de datos y debates públicos. El contacto periódico con materiales digitales cambia la manera en que los estudiantes abordan la realidad política. En consecuencia, estas plataformas cumplen un papel crucial en la composición de la subjetividad política digital del estudio objeto de estudio.
- Se ha identificado que la identidad política digital de los estudiantes se elabora mediante la interacción constante en los contenidos, grupos y comunidades existentes en las redes sociodigitales. Los estudiantes adoptan formas de expresión y deposición política al desarrollar las experiencias comunicativas que sostienen en estos espacios digitales. Además, la participación en discusiones, comentarios y publicaciones agrega valor a la

presentación de ideas e preferencias políticas. La identidad política digital no nace solo, sino que está influida por los entornos virtuales y las relaciones sociales que se forman en ellos. Por consiguiente, las redes sociodigitales son un escenario fundamental para el desarrollo y fortalecimiento de la identidad política estudiantil.

- Las redes sociodigitales influyen en la formación del pensamiento público de los estudiantes gracias a su accesibilidad fácil a la información política y social. No obstante, también pueden provocar que se produzca contenido desactualizado y incorrecto. La habilidad crítica del estudiante resulta esencial para la investigación y análisis de la información obtenida. La alfabetización digital ayuda a mitigar el riesgo generado por la información desacertada y promueve una participación mejor en la tecnología digital. De ahí que sea indispensable incrementar la eficacia en las habilidades críticas relativas al empleo responsivo de las redes sociodigitales.
- En consecuencia, se cumplió el objetivo general de la investigación, al analizar la subjetividad política digital de los 369 estudiantes de primer semestre de la Universidad Estatal de Bolívar mediante una encuesta de selección múltiple con 20 preguntas en cuatro bloques temáticos aplicada en mayo de 2026. Se consiguió describir con precisión las cuatro variables estudiadas: uso de redes sociales digitales, identidad política digital, opinión pública digital y alfabetización digital crítica. El presupuesto se demostró cierto los universitarios desarrollan la subjetividad digital política en forma predominantemente reactiva e impactada por emociones, con una mala evolución de la capacidad crítica solo el 17,9% revisa sistemáticamente la información y con variaciones claras entre estudiantes urbanos y rurales debido al patrón de brecha digital en la Provincia Bolívar, que afecta al 40,1% de la población con un acceso digital limitado.

## 5.2 Recomendaciones

La Universidad Estatal de Bolívar debe incorporar de forma transversal contenidos sobre alfabetización mediática digital crítica y perspectivas integrales de formación en su currículo educativo. Esto evidencia que existe la necesidad de desarrollar capacidades más concretas como la verificación de la información, identificar la desinformación política, analizar algoritmos de recomendación y comprender las dinámicas de la comunicación política en plataformas de redes sociales y digitales.

- La Universidad Estatal de Bolívar debe facilitar iniciativas educativas e incentivar espacios educativos para el análisis crítico de cómo utilizan las plataformas sociales digitales. Estas propuestas debieran enfocarse en la exploración de la influencia de las redes digitales sobre la elaboración de opiniones e interpretaciones políticas. Así se apoyará una participación universitaria más bien preparada y responsable en el entorno digital.
- Se recomienda crear actividades académicas y proyectos de vinculación que motiven a los estudiantes a participar activamente en discusiones, encuentros de debate y espacio de diálogo sobre cuestiones políticas y de ciudadanía. Dichas intervenciones fomentarán el fortalecimiento de la identidad política digital e impulsarán la obtención de competencias de comunicación imprescindibles para la interacción democrática en plataformas digitales.
- Deben ponerse en práctica estrategias de alfabetización crítica en el ámbito digital que ayuden a los estudiantes a descubrir información falsa, contrastar la fuente de la información y juzgar el contenido antes de compartirla. Esto resultará en la construcción de una opinión pública bien fundamentada, evitando así los efectos de la desinformación en los medios sociodigitales.

## BIBLIOGRAFÍA

- Braun, V. y. (2006). Utilización del análisis temático en psicología. *Qualitative Research in Psychology*, 77-101. Obtenido de <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Bravo-Mancero, J. L.-N. (2023). Redes Sociales y Política 2.0: Nuevas Técnicas de Campaña en la Era Digital. *Revista Enfoques de la Comunicación*, 10, 24-73. Obtenido de <https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/134>
- Butler, J. (1990). Gender trouble: Feminism and the subversion of identity. *Routledge*.
- Castells, M. (2010). The power of identity (2.<sup>a</sup> ed.). *Wiley-Blackwell*.
- Chávez Arizala, J. y. (2022). Adicción a redes sociales y estrés académico en estudiantes ecuatorianos de nivel tecnológico. *Apuntes Universitarios*, 17-37. Obtenido de <https://apuntesuniversitarios.upeu.edu.pe/index.php/revapuntes/issue/view/48>
- Corbetta, P. (2007). Metodología y técnicas de investigación social. *McGraw-Hill*.
- Fernández, S. (2017). Metodología cualitativa de investigación en ciencias sociales. *La Razón Histórica*(37), 4-30.
- Foucault, M. (1980). Power/Knowledge: Selected interviews and other writings 1972-1977 (C. Gordon, Ed.). *Pantheon Books*.
- Gallego, R. (2023). ensamiento crítico en la era digital: desafíos y oportunidades para una epistemología digital. *Entropía Educativa*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/372466546\\_Pensamiento\\_Critico\\_en\\_la\\_Era\\_Digital\\_Desafios\\_y\\_Oportunidades\\_para\\_una\\_Epistemologia\\_Digital](https://www.researchgate.net/publication/372466546_Pensamiento_Critico_en_la_Era_Digital_Desafios_y_Oportunidades_para_una_Epistemologia_Digital)

- García, J. N. (2024). Influencia de las redes sociales en la opinión pública de jóvenes universitarios y su impacto político-empresarial. *Polo del Conocimiento*. Obtenido de <https://www.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/9542>
- Glaser, B. G. (1967). The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research. *Aldine*.
- Gramsci, A. (1999). Cuadernos de la cárcel (Tomo VI). *Era*.
- Habermas, J. (2002). Historia y crítica de la opinión pública. *Gustavo Gili*.
- Han, B.-C. (2022). Infocracia: la digitalización y la crisis de la democracia. *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9314275>
- Hernández Sampieri, R. F. (2014). Metodología de la investigación. *McGraw-Hill*.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2023). Tecnologías de la información y comunicación: Encuesta Nacional 2023. *INEC*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- Laclau, E. (2005). La razón populista. *Fondo de Cultura Económica*.
- Lincoln, Y. S. (1985). Naturalistic inquiry. *SAGE*.
- Lippmann, W. (2003). La opinión pública. *Cuadernos de Langre*.
- Mejía, T. (2020). Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos. *Lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2023). Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. *MINTEL*.
- Moreno Morán, D. (2025). La Comunicación Política en Redes Sociales y su Impacto en la Campaña Electoral de los Candidatos a la Presidencia de la República del Ecuador. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(6). Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/15361>

- Morocho Ocaña, G. A. (2024). Elecciones 2023 en Ecuador: Las redes sociales como medio para generar impacto. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(5). Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/14216>
- Obando Muñoz, V. (2021). El efecto TikTok: Plataformas digitales y reconfiguración del escenario político electoral en Ecuador. *Sociología y Política*, 5, 175-184. Obtenido de <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/hoy/article/view/3257>
- Pariser, E. (2011). The filter bubble: What the internet is hiding from you. *Penguin Press*.
- Patton, M. Q. (2002). Qualitative research and evaluation methods (3.<sup>a</sup> ed.). *SAGE*.
- Posligua Quinde, I. y. (2024). Comunicación política y redes sociales. La influencia en la opinión pública de la comunidad TikTok. *Ñawi: arte, diseño, comunicación*, 8(1), 285-300. Obtenido de <https://doi.org/10.37785/nw.v8n1.a15>
- Pulla Zambrano, G. L. (2023). Nuevos Lenguajes de Comunicación Política - El Uso de Instagram y Tiktok en las elecciones seccionales de Quito y Guayaquil 2023. *Revista Científica de Comunicación*, 14(1), 33-47. Obtenido de <https://www.comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/374>
- Rodríguez, N. C. (2025). Redes sociales en la salud mental de los adolescentes en entornos urbanos de Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales y Humanas*. Obtenido de <http://acvenisproh.com/revistas/index.php/prohominum/article/view/911>
- Sánchez, J. .. (2024). Evaluación del impacto de las redes sociales en el bienestar psicológico de adolescentes. *MQRInvestigar*, 3153-3172. Obtenido de <https://doi.org/10.56048/MQR20225.8.2.2024.3153-3172>
- Ulloa-López, P. y. (2025). Construcción de imaginarios a partir del consumo de redes sociales género y política - Caso de estudio jóvenes de Ecuador. *European Public & Social*

*Innovation Review*, 10, 1-18. Obtenido de  
<https://epsir.net/index.php/epsir/article/view/1027>

Ureña-López, R. F.-L.-H. (2023). TikTok y campaña política: Análisis de contenido de los perfiles en TikTok de los candidatos a la alcaldía de Latacunga Ecuador - Elecciones 2023. *Revista Enfoques de la Comunicación*, 148-178. Obtenido de  
<https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/143>

Vásquez Chicaiza, F. P. (2024). Desinformación en la era digital: el papel de las redes sociales en la propagación de noticias falsas durante conflictos globales. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(2), 138-149. Obtenido de  
<https://doi.org/10.56712/latam.v5i2.1865>

Villagrán, L. R.-V.-E. (2023). The mediating role of emotions in offline and online political participation: A post-social outbreak study in Ecuador and Chile. *Frontiers in Psychology*. Obtenido de <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1111184>

## Anexo 1: Formato de la Encuesta

### ENCUESTA DE INVESTIGACIÓN

**Tema:** “*Subjetividad política digital: redes sociodigitales, identidad y opinión pública en los estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar, primer semestre 2026*”

**Autor:** Álvaro Orlando Martínez Barragán

**Pregunta 1.** ¿Qué redes sociales usas todos los días?

- ☐ a) TikTok e Instagram
- ☐ b) Facebook y WhatsApp
- ☐ c) YouTube y X (Twitter)
- ☐ d) No uso redes todos los días

**Pregunta 2.** ¿Cuántas horas al día aproximadamente usas las redes sociales?

- ☐ a) **Menos** de 2 horas al día
- ☐ b) Entre 2 y 4 horas al día
- ☐ c) Entre 4 y 6 horas al día
- ☐ d) Más de 6 horas al día

**Pregunta 3.** ¿Qué red social usas más cuando quieres saber qué está pasando en el Ecuador?

- ☐ a) TikTok o Instagram
- ☐ b) Facebook o WhatsApp
- ☐ c) YouTube o X (Twitter)
- ☐ d) **Televisión** o periódico digital

**Pregunta 4.** ¿Con qué frecuencia buscas información política en redes sociales?

- ☐ a) Todos los días, es parte de mi rutina diaria
- ☐ b) Algunas veces a la semana cuando hay algo importante
- ☐ c) Solo cuando hay elecciones o eventos políticos grandes
- ☐ d) Nunca busco información política en redes

**Pregunta 5.** ¿Qué tipo de contenido político consumes más en redes sociales?

- ☐ a) Videos cortos y memes sobre candidatos o partidos
- ☐ b) Noticias y artículos sobre lo que pasa en el país
- ☐ c) Debates y análisis de temas políticos
- ☐ d) No consumo contenido político en redes

**Pregunta 6.** ¿Tienes buena señal de internet y eso afecta cómo usas las redes?

- ☐ a) Sí, tengo buena señal y uso cualquier red sin problema
- ☐ b) Señal regular, prefiero WhatsApp porque gasta menos datos
- ☐ c) Mala señal, limita mucho el uso de redes
- ☐ d) Solo me conecto en la universidad o donde hay WiFi

**Pregunta 7.** ¿Te interesa la política y tienes una posición política definida?

- ☐ a) Sí, me interesa mucho y tengo una posición política clara
- ☐ b) Me interesa, pero no tengo una posición política definida
- ☐ c) Me interesa poco, solo en épocas de elecciones
- ☐ d) No me interesa la política en absoluto

**Pregunta 8.** ¿Alguna vez diste "me gusta", compartiste o comentaste algo político en redes?

- ☐ a) Sí, porque estoy de acuerdo y quiero que más personas lo vean

- ☐ b) Sí, porque me generó mucha emoción o indignación
- ☐ c) No, prefiero no dejar rastro político en redes
- ☐ d) No, nunca he interactuado con contenido político en redes

**Pregunta 9.** ¿Las redes sociales han cambiado la forma en que piensas sobre la política?

- ☐ a) Sí, han cambiado mucho mi forma de ver la política
- ☐ b) Sí, pero solo en algunas cosas pequeñas
- ☐ c) No, sigo pensando igual que antes de usar redes
- ☐ d) No uso redes para temas políticos así que no ha cambiado nada

**Pregunta 10.** ¿Sigues en redes sociales a algún político, partido o movimiento político del Ecuador?

- ☐ a) Sí, sigo a varios y estoy al tanto de lo que publican
- ☐ b) Sigo a alguno, pero no le pongo mucha atención
- ☐ c) No sigo a ninguno, pero a veces me aparece su contenido
- ☐ d) No sigo a ningún político ni partido en redes

**Pregunta 11.** ¿Alguna vez has participado en una discusión política en redes sociales?

- ☐ a) Sí, varias veces y definiendo mi posición con argumentos
- ☐ b) Sí, pero solo para dar mi opinión sin entrar en debate
- ☐ c) No, prefiero leer lo que otros dicen sin participar
- ☐ d) No, la política en redes no me interesa

**Pregunta 12.** ¿Públicas o hablas de política en tus redes o prefieres no hacerlo?

- ☐ a) Sí, publico y comento sobre política con frecuencia
- ☐ b) A veces comparto algo, pero no pongo opiniones propias

- ☐ c) No público porque me da miedo que me critiquen
- ☐ d) No público porque no me interesa el tema

**Pregunta 13.** ¿Un video o publicación política en redes te ha hecho cambiar de opinión sobre algún candidato o partido?

- ☐ a) Sí, varias veces un video me ha cambiado completamente la opinión
- ☐ b) Sí, pero solo me ha hecho dudar o pensar diferente en algo
- ☐ c) No, lo que veo en redes no me cambia la opinión que ya tengo
- ☐ d) No sigo la política en redes, eso no ha pasado

**Pregunta 14.** ¿Cuánto confías en la información política que ves en redes sociales?

- ☐ a) Confío bastante, la mayoría de lo que veo me parece verdad
- ☐ b) Confío a medias, siempre trato de confirmar con otra fuente
- ☐ c) Confío poco, sé que hay mucha información falsa o manipulada
- ☐ d) No confío nada, prefiero informarme por televisión o radio

**Pregunta 15.** ¿Crees que lo que pasa en redes sociales influye en cómo vota la gente en el Ecuador?

- ☐ a) Sí, creo que influye mucho en la decisión de voto de los jóvenes
- ☐ b) Sí, pero solo en una parte de la población
- ☐ c) Poco, la mayoría vota por otras razones más allá de las redes
- ☐ d) No creo que las redes influyan en cómo vota la gente

**Pregunta 16.** ¿Sientes que en las redes sociales se habla más de ataque entre políticos que de propuestas reales?

- ☐ a) Sí, casi todo es ataque y pelea política, muy poco contenido de propuestas
- ☐ b) Hay de los dos, pero los ataques llaman más la atención

- ☐ c) Depende de la plataforma, en algunas hay más propuestas que en otras
- ☐ d) No lo he notado porque no sigo mucho el contenido político

**Pregunta 17.** ¿Alguna vez te llegó una noticia política por WhatsApp o TikTok que resultó ser falsa?

- ☐ a) Sí, y me di cuenta porque busqué en otros medios o páginas de verificación
- ☐ b) Sí, y me di cuenta porque alguien más me avisó que era falsa
- ☐ c) Sí, pero me di cuenta después de ya haberla compartido con otros
- ☐ d) No recuerdo haber visto una noticia política falsa en redes

**Pregunta 18.** Antes de compartir algo político en redes, ¿lo verificas o lo reenvías directo?

- ☐ a) Siempre verifico antes de compartir buscando en otras fuentes
- ☐ b) A veces verifico, depende de qué tan importante me parece la noticia
- ☐ c) Casi nunca verifico, si viene de alguien de confianza lo comparto directo
- ☐ d) Prefiero no compartir nada de política para evitar problemas

**Pregunta 19.** ¿Sabes cómo identificar si una noticia política en redes es verdadera o falsa?

- ☐ a) Sí, conozco páginas de verificación y sé cómo revisarla
- ☐ b) Más o menos, a veces lo detecto, pero no siempre
- ☐ c) No tengo herramientas claras para saber si es verdadera o falsa
- ☐ d) No me preocupa mucho verificar lo que leo en redes

**Pregunta 20.** ¿Crees que la universidad te ha dado herramientas para entender mejor la política en redes sociales?

- ☐ a) Sí, en clases hemos aprendido a analizar la información política digital
- ☐ b) Un poco, algunos temas de clase me han ayudado a reflexionar
- ☐ c) No mucho, ese tema no se toca en las clases que he tenido
- ☐ d) No, en la universidad no hemos hablado de redes y política

## Anexo 2 Respuesta de los estudiantes

Tabla 21

La respuesta de los estudiantes encuestados

| Nº | Pregunta                                                                                        | Bloque | Opción A<br>f   % | Opción B<br>f   % | Opción C<br>f   % | Opción D<br>f   % | Total | ★ Más votada             |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------|--------------------------|
| 1  | ¿Qué redes sociales usas todos los días?                                                        | USO    | 138  <br>37.4%    | 124  <br>33.6%    | 73  <br>19.8%     | 34  <br>9.2%      | 369   | Opción A:<br>138 (37.4%) |
| 2  | ¿Cuántas horas al día aproximadamente usas las redes sociales?                                  | USO    | 66   17.9%        | 126  <br>34.1%    | 90  <br>24.4%     | 87  <br>23.6%     | 369   | Opción B:<br>126 (34.1%) |
| 3  | ¿Qué red social usas más cuando quieres saber qué está pasando en el Ecuador?                   | USO    | 146  <br>39.6%    | 101  <br>27.4%    | 70  <br>19.0%     | 52  <br>14.1%     | 369   | Opción A:<br>146 (39.6%) |
| 4  | ¿Con qué frecuencia buscas información política en redes sociales?                              | USO    | 80   21.7%        | 113  <br>30.6%    | 112  <br>30.4%    | 64  <br>17.3%     | 369   | Opción B:<br>113 (30.6%) |
| 5  | ¿Qué tipo de contenido político consumes más en redes sociales?                                 | USO    | 129  <br>35.0%    | 104  <br>28.2%    | 80  <br>21.7%     | 56  <br>15.2%     | 369   | Opción A:<br>129 (35.0%) |
| 6  | ¿Tienes buena señal de internet y eso afecta cómo usas las redes?                               | IDE    | 149  <br>40.4%    | 72  <br>19.5%     | 94  <br>25.5%     | 54  <br>14.6%     | 369   | Opción A:<br>149 (40.4%) |
| 7  | ¿Te interesa la política y tienes una posición política definida?                               | IDE    | 63   17.1%        | 108  <br>29.3%    | 106  <br>28.7%    | 92  <br>24.9%     | 369   | Opción B:<br>108 (29.3%) |
| 8  | ¿Alguna vez diste "me gusta", compartiste o comentaste algo político en redes?                  | IDE    | 82   22.2%        | 131  <br>35.5%    | 87  <br>23.6%     | 69  <br>18.7%     | 369   | Opción B:<br>131 (35.5%) |
| 9  | ¿Las redes sociales han cambiado la forma en que piensas sobre la política?                     | IDE    | 69   18.7%        | 123  <br>33.3%    | 119  <br>32.2%    | 58  <br>15.7%     | 369   | Opción B:<br>123 (33.3%) |
| 10 | ¿Sigues en redes sociales a algún político, partido o movimiento político del Ecuador?          | IDE    | 42   11.4%        | 94  <br>25.5%     | 140  <br>37.9%    | 93  <br>25.2%     | 369   | Opción C:<br>140 (37.9%) |
| 11 | ¿Alguna vez has participado en una discusión política en redes sociales?                        | IDE    | 29   7.9%         | 109  <br>29.5%    | 128  <br>34.7%    | 103  <br>27.9%    | 369   | Opción C:<br>128 (34.7%) |
| 12 | ¿Públicas o hablas de política en tus redes o prefieres no hacerlo?                             | OPI    | 68   18.4%        | 117  <br>31.7%    | 100  <br>27.1%    | 84  <br>22.8%     | 369   | Opción B:<br>117 (31.7%) |
| 13 | ¿Un video o publicación política en redes te ha hecho cambiar de opinión sobre algún candidato? | OPI    | 84   22.8%        | 154  <br>41.7%    | 87  <br>23.6%     | 44  <br>11.9%     | 369   | Opción B:<br>154 (41.7%) |
| 14 | ¿Cuánto confías en la información política que ves en redes sociales?                           | OPI    | 54   14.6%        | 143  <br>38.8%    | 116  <br>31.4%    | 56  <br>15.2%     | 369   | Opción B:<br>143 (38.8%) |
| 15 | ¿Crees que lo que pasa en redes sociales influye en cómo vota la gente en el Ecuador?           | OPI    | 116  <br>31.4%    | 129  <br>35.0%    | 81  <br>22.0%     | 43  <br>11.7%     | 369   | Opción B:<br>129 (35.0%) |
| 16 | ¿Sientes que en las redes se habla más de ataques entre políticos que de propuestas reales?     | OPI    | 129  <br>35.0%    | 144  <br>39.0%    | 62  <br>16.8%     | 34  <br>9.2%      | 369   | Opción B:<br>144 (39.0%) |

|    |                                                                                             |     |            |             |             |            |     |                       |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----|------------|-------------|-------------|------------|-----|-----------------------|
| 17 | ¿Alguna vez te llegó una noticia política por WhatsApp o TikTok que resultó ser falsa?      | ALF | 62   16.8% | 108   29.3% | 114   30.9% | 85   23.0% | 369 | Opción C: 114 (30.9%) |
| 18 | Antes de compartir algo político en redes, ¿lo verificas o lo reenvías directo?             | ALF | 66   17.9% | 133   36.0% | 135   36.6% | 35   9.5%  | 369 | Opción C: 135 (36.6%) |
| 19 | ¿Sabes cómo identificar si una noticia política en redes es verdadera o falsa?              | ALF | 66   17.9% | 120   32.5% | 99   26.8%  | 84   22.8% | 369 | Opción B: 120 (32.5%) |
| 20 | ¿Crees que la universidad te ha dado herramientas para entender mejor la política en redes? | ALF | 31   8.4%  | 108   29.3% | 151   40.9% | 79   21.4% | 369 | Opción C: 151 (40.9%) |

*Nota: La elaboración de la tabla corresponde a la encuesta realizada a los estudiantes UEB 2026*

**Anexo 3: Fotos de las evidencias**

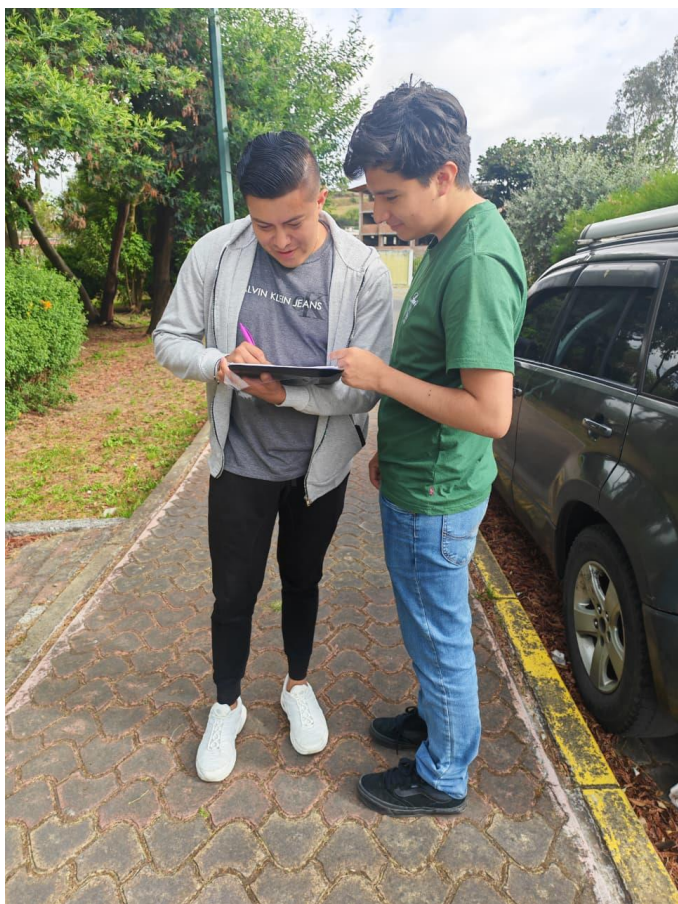
**Teresa Sánchez Cárdenas**



**Vanessa García Toapanta**



**Miguel Macías Macías**



**Camila Vega Andrade**



**Valentina Velasco Ocaña**



**Bryan Masabanda Ocaña**

