



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

TESIS DE GRADO

Percepciones de estudiantes de la carrera Comunicación para el Desarrollo sobre el uso de redes sociales en la promoción de interculturalidad, en el II semestre 2025

Solano, A; Talavera, M.

Tutor

Msc. Ana del Socorro Moreno Rizo

CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DE ESTELÍ

¡Universidad del Pueblo y para el Pueblo!



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

**Centro Universitario Regional de Estelí
CUR-Estelí**

Recinto Universitario “Leonel Rugama Rugama”
Departamento de Ciencias de la Educación y Humanidades

**Percepciones de estudiantes de la carrera Comunicación para el Desarrollo
sobre el uso de redes sociales en la promoción de interculturalidad, II
semestre 2025**

Tesis para optar al grado de Licenciadas en Comunicación para el Desarrollo

Autores

Angye Cristina Solano Gonzalez
María José Talavera Talavera

Asesora

Dra. Delia Moreno

Diciembre, 2025



Agradecimientos

“ Cada logro es fruto de un esfuerzo en conjunto, siempre se lleva impresa la huella de quienes nos acompañan con amor, paciencia y fe.”

Principalmente quiero expresar mis más sinceros agradecimientos a Dios, quien fue mi principal fuente de apoyo a lo largo de este camino. Su luz iluminó cada paso y me ha regalado la sabiduría para enfrentar cada obstáculo y desafío. Agradezco por la paz que me brindó en los momentos cuando me sentía perdida. Es por eso que con mucha gratitud en mi corazón le dedico este trabajo a él.

A mi madre, cuyo amor y apoyo siempre fueron incondicional, por ser un motor en mi vida y mi mayor fuente de inspiración, por su sacrificio y enseñanzas que me motivaron a seguir mis sueños con determinación, por estar siempre a mi lado. Gracias por ser tan persistente y enseñarme a ser valiente en todo.

A mi padre, por su ejemplo de responsabilidad, por mostrarme con ejemplos de su vida lo importante que es cada esfuerzo. Por enseñarme a luchar por cada meta que me proponga, por inculcarme el significado de perseverancia, nobleza y bondad. Gracias por su apoyo incondicional.

Al Centro Universitario Regional de Estelí (UNAN- Managua/ CUR- Estelí), por permitirme cursar la carrera en sus instalaciones, a mis tutores, a los docentes, por su paciencia y enseñanza, que hicieron posible culminar este trabajo con éxito.

Finalmente, a mis amigos que siempre estuvieron para mí y fueron luz en todo este proceso, a mi mejor amiga por siempre recordarme lo orgullosa que esta de mí y de todo lo que he logrado. Estoy profundamente agradecida por su generosidad y bondad.

Carta aval



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL, ESTELÍ

“2025: Eficiencia y Calidad para seguir en victorias”

Departamento de Ciencias de la Educación y Humanidades

CARTA AVAL DEL TUTOR

Estelí, 01 de diciembre 2025

Por medio de la presente, en calidad de tutora del trabajo de modalidad de graduación titulado: *Percepciones de estudiantes de la carrera Comunicación para el Desarrollo sobre el uso de redes sociales en la promoción de interculturalidad* elaborado por las estudiantes: María José Talavera y Angye Cristina Solano González. Estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, hago constar que he brindado acompañamiento académico y metodológico durante el desarrollo de dicho trabajo, cumpliendo con lo establecido en el cronograma y en la normativa institucional vigente. Asimismo, avalo que el trabajo cumple con los requisitos formales, científicos y éticos exigidos por la Universidad, en cumplimiento de la modalidad de graduación correspondiente.

Una firma manuscrita en tinta azul que parece corresponder al nombre Ana del Socorro Rizo Moreno.

Mtra. Ana del Socorro Rizo Moreno

Orcid:0009-0000-0576-1405

UNAN-Managua/CUR-Estelí

Resumen

La presente investigación titulada *Percepciones de estudiantes de la carrera Comunicación para el Desarrollo sobre el uso de redes sociales en la promoción de interculturalidad* tiene como objetivo principal es diseñar una propuesta que fortalezca el rol de comunicadores. La cual está dirigida a estudiantes de comunicación para el desarrollo y docentes de UNAN- Managua CUR- Estelí, facilitando la promoción de la interculturalidad a través de las percepciones de los estudiantes utilizando las redes sociales como herramienta principal. Para llevar a cabo esta investigación se emplearon diversas técnicas de recolección de datos, entrevista semiestructurada y grupo focal, lo que permitió obtener información precisa y de calidad. Este estudio se realizó bajo el enfoque cualitativo, siendo de tipo descriptivo y de corte transversal, dado que su realización fue en el II semestre 2025. La muestra fueron 19 estudiantes de I, II y III año de la carrera Comunicación para el Desarrollo, y 7 docentes expertos en el tema. La propuesta será evaluada por las autoridades universitarias, quienes conocerán la relevancia, lo que contribuirá a su implementación. Por otra parte, los hallazgos revelan que los estudiantes perciben que la interculturalidad se da a través de las redes sociales, pero no en un cien por ciento. Finalmente, la propuesta de un plan comunicacional responde a las necesidades obtenidas de los resultados, A demás dando salida a los objetivos del estudio, representa una solución innovadora, creativa y con estrategias nuevas, para lograr que más personas conozcan sobre la interculturalidad y su importancia.

Palabras clave: Interculturalidad, Percepciones, Comunicación, Redes sociales.

Abstract

The present research titled “Perceptions of students in the Communication for Development program regarding the use of social media in the promotion of interculturality” has as its main objective to design a proposal that strengthens the role of communicators. This proposal is aimed at students of Communication for Development and faculty members of CUR Estelí, facilitating the promotion of interculturality through students’ perceptions while using social media as the main tool. To carry out this research, various data collection techniques were used, such as semi-structured interviews and focus groups, which allowed for obtaining precise and high-quality information. This study was conducted under a qualitative approach, being descriptive and cross-sectional in nature, as it was carried out during the second semester of 2025. The sample consisted of 19 students from the first, second, and third year of the Communication for Development program, and 7 faculty members who are experts on the topic. The proposal will be evaluated by university authorities, who will assess its relevance, contributing to its potential implementation. Furthermore, the findings reveal that students perceive that interculturality is fostered through social media, though not entirely. Finally, the proposed communication plan responds to the needs identified in the results and fulfills the study’s objectives. It represents an innovative and creative solution with new strategies to ensure that more people learn about interculturality and its importance.

Keywords: Interculturality, Perceptions, Communication, Social Media.

Índice

1. Introducción	1
2. Antecedentes	3
3. Planteamiento del problema	5
4. Justificación	7
5. Objetivos	9
5.1. Objetivo general	9
5.2. Objetivos específicos	9
6. Limitaciones de estudio	10
7. Supuestos básicos	12
8. Preguntas de investigación	17
9. Marco teórico	18
11. Diseño metodológico	28
12. Análisis y discusión de resultados	36
13. Conclusiones	68
14. Recomendaciones	69
15. Referencias bibliograficas	70
Bibliografía	70
16. Anexos	74
Objetivos Específicos:	80

Índice de tablas

Tabla 1 Matriz de categoría	13
Tabla 2 Plan estratégico de comunicación	62

Índice de figuras

Ilustración 1 Redes sociales más utilizadas por los estudiantes.	37
Ilustración 2 Redes que promocionan el contenido Intercultural.....	47
Ilustración 3 Red Social que promueve la Interculturalidad	51

1. Introducción

La presente investigación aborda las percepciones de los estudiantes de la carrera Comunicación para el Desarrollo, sobre el uso de redes sociales en la promoción de la interculturalidad, en el segundo semestre 2025. En un mundo interconectado como en el que vivimos hoy en día, la convivencia entre culturas representa un gran desafío; a pesar de que las redes sociales son herramientas donde se expresan identidades, se encuentran narrativas y se construyen diferentes discursos sobre lo que somos, en este contexto la interculturalidad es entendida como el diálogo respetuoso y equitativo entre culturas. Sin embargo, pese a su enorme potencial como herramienta de comunicación, muchas veces se presentan estereotipos, discriminación o invisibilización entre las diferentes culturas.

Es por ello que para quienes se están formando en la Comunicación para el Desarrollo, comprender el papel de las redes sociales en este proceso es un asunto relevante, ético y transformador. Los estudiantes no solo consumen contenidos digitales, sino también son generadores de mensajes y contenidos que pueden reforzar o cuestionar la interculturalidad. Esta investigación contribuye a obtener un mayor conocimiento y perspectivas sobre la interculturalidad en los estudiantes en formación.

Asimismo, esta investigación se desarrollo bajo el enfoque cualitativo, ya que busca comprender las percepciones de los estudiantes, siendo de tipo descriptiva, con un paradigma interpretativo y de corte transversal, dado que se realizó en un periodo determinado del II semestre 2025. Los sujetos de estudios fueron 19 estudiantes de los tres años de la carrera Comunicación para el Desarrollo del Centro Universitario Regional de Estelí (UNAN Managua/CUR-Estelí) y 7 docentes expertos en temas relacionados con las variables de estudio, del CUR Estelí, a quienes se le aplicaron instrumentos de recolección de datos como entrevistas y grupos focales, lo que permitió obtener resultados de calidad que dieron salida a los objetivos de esta investigación.

Este estudio se fundamenta en teorías de comunicación intercultural, las cuales permitieron conocer como los estudiantes universitarios se expresan, interactúan y promocionan la interculturalidad en las redes sociales. De acuerdo con autores como Wilches (2024) & Peralta (2025), la interculturalidad es la presencia e interacción equitativa entre diferentes culturas, compartiendo diálogos y actitudes de respeto mutuo, específicamente desde una perspectiva multidisciplinaria en cuanto a educación, revitalización cultural y lingüística, para erradicar la exclusión y la agresión como formas de trato a lo diverso.

El documento se encuentra organizado en diferentes capítulos. En el primer capítulo se presenta la introducción, donde se reflejan los antecedentes, se plantea la problemática, se justifica el estudio, se presentan los objetivos, limitaciones de estudio, supuestos básicos, matriz de categoría y preguntas de investigación. El capítulo II muestra el marco teórico, que incluye conceptos básicos y teorías que respaldan la investigación. Seguidamente en el capítulo III se encuentra el diseño metodológico, describiendo el enfoque, el tipo de investigación, la muestra teórica, los sujetos de estudio, criterios de selección, y técnicas de recolección de datos. En el capítulo IV se analizan y se discuten los resultados obtenidos, relacionándolos con los objetivos de investigación y dándole salida a cada uno de ellos. Finalmente, en el capítulo V se presentan las conclusiones y recomendaciones, proponiendo un plan comunicacional donde se describen estrategias para promocionar la interculturalidad de manera estratégica y creativa a través de los estudiantes y mediante el uso de las plataformas digitales.

2. Antecedentes

La presente investigación realizó la búsqueda para obtener referencias sobre la efectividad de la promoción intercultural en entornos digitales desde la formación profesional, se tomó como referencias artículos de investigación, tesis de grado, entre los cuales se destacan los siguientes:

Internacionales

Según Diaz Quichimbo (2022), este Artículo tiene como objetivo general analizar las redes sociales y las prácticas interculturales en la educación superior. Su enfoque metodológico es de carácter cualitativo apoyado de la metodología investigación-acción y en la técnica descriptiva. Se obtuvo como resultados que el uso de las redes sociales promueve la interculturalidad por sus múltiples ventajas: comunicación, interacción, facilidad de uso y participación de la comunidad educativa. Este artículo tiene relación con el tema de investigación, ya que ambos comparten el objetivo de fomentar la interculturalidad mediante el uso de las redes sociales como herramienta de interacción y difusión cultural.

Santos (2023), comenta que la investigación realizada tiene como finalidad hacer una lectura y una revisión del pensamiento pedagógico de Paulo Freire, desde una perspectiva filosófica intercultural. Si bien se trata de dos horizontes de reflexión con características propias, existen interesantes puntos de análisis en común, que posibilitan un trabajo intertextual que permitirá un enriquecimiento mutuo de ambas perspectivas. Se refiere que; ambos coinciden con la búsqueda de fortalecer la interculturalidad como un principio esencial. Estos puntos de convergencia permiten un diálogo intertextual que enriquece tanto la práctica educativa como la comprensión crítica del papel que desempeñan las redes sociales en la construcción de una ciudadanía intercultural.

Nacionales

Rizo (2010), menciona que durante el proceso de enseñanza/aprendizaje en las aulas de clases, las estrategias implementadas por el o la docente juegan un papel muy importante, ya que el éxito escolar y el desarrollo de la interculturalidad depende en su totalidad de la mediación pedagógica, fundamentalmente en la atención a la diversidad étnica.

El enfoque de esta investigación fue interaccionismo simbólico dado que en el estudio se abordaron y describieron aspectos sociales diferentes, que son útiles para la práctica y el fortalecimiento de la interculturalidad durante el proceso educativo en el primer año de la carrera de Sociología con mención en Autonomía. Es un estudio cualitativo en el que se pretende que los resultados sean tomados en cuenta por la comunidad educativa de la Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa Caribe Nicaragüense (URACCAN) y que de alguna manera contribuyan en la puesta en práctica de este eje transversal, Para el desarrollo de la investigación se elaboraron guías de entrevista dirigidas a estudiantes de primer año de la carrera de Sociología con mención en Autonomía a docentes. Tiene relación con el tema de investigación ya que se busca que los estudiantes sean los primeros en promover la interculturalidad, haciendo uso de herramientas que les faciliten este proceso, como son las redes sociales.

Arzate (2017), indica que el propósito de su investigación fue en perspectiva en la relevancia de la autonomía e interculturalidad, en la resolución de problemas prácticos de la sociedad, sustentada en valores éticos humanistas, como instrumento emancipador. La investigación es de tipo cualitativo y tuvo como referencia principal los enfoques metodológicos de las teorías interpretativas, acerca de la hermenéutica objetiva. También se toma en cuenta la postura de Weber; sobre la teoría de la Acción Social y Sociológica Comprensiva.

Tomando en cuenta los parámetros de esta investigación se determinó, que la Autonomía y la Interculturalidad forman parte de ese proceso permanente de construcción, en los establecimientos y fortalecimientos de espacios de diálogo, comunicación e interacción entre personas, comunidades y pueblos de diferentes culturas. Se relaciona con el tema de investigación ya que ambos buscan darle un realce a la interculturalidad como algo importante para la sociedad, Sobre todo ahora que las redes sociales son un parte agua para la interculturalidad y entornos digitales.

3. Planteamiento del problema

Wilches (2024), define Interculturalidad a la presencia e interacción equitativa de diversas culturas, y la posibilidad de generar expresiones culturales compartidas y adquiridas por medio del diálogo y de una actitud de respeto mutuo, para erradicar la exclusión, la invisibilización, discriminación, intolerancia y la agresión como formas de trato a lo diverso.

En una sociedad conectada y muy diversa como la nuestra, la convivencia entre distintas culturas representa la riqueza intercultural como un desafío.

Las redes sociales, hoy en día, son medios masivos donde se expresan identidades, se encuentran narrativas y se construyen diferentes discursos sobre solo que somos y lo que conservamos. En este contexto, la interculturalidad es entendida como el diálogo respetuoso y equitativo entre culturas, cobra especial importancia para fomentar la convivencia cultural, diálogo intercultural y cohesión social.

Sin embargo, pese a su enorme potencial como herramienta de comunicación y participación, muchas veces las redes sociales reproducen estereotipos, discriminación o invisibilización de ciertas culturas. En lugar de facilitar el encuentro intercultural pueden convertirse en espacios de conflictos, burlas o exclusión. Ante esto, surge la necesidad de reflexionar críticamente sobre como los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo de UNAN-Managua/CUR-Estelí, perciben y usan las redes sociales para promover la interculturalidad; esencialmente desde la mirada de quienes se están formando como futuros comunicadores y agentes de cambio.

El propósito de esta investigación es analizar las percepciones de los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo sobre el uso de las redes sociales como herramienta para la promoción de la interculturalidad; para el diseño de una propuesta que fortalezca el rol de comunicadores en su formación.

Los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo no solo interactúan activamente en redes sociales, sino que también están en procesos de construir su visión profesional sobre diversos temas como: estilos de comunicación, barreras en la comunicación intercultural, educación y formación, teorías de la comunicación intercultural; entre otros.

Conocer sus percepciones sobre el papel de las redes sociales en la promoción de la interculturalidad permitirá identificar oportunidades, además ofrecerá valiosas claves para fortalecer una comunicación intercultural, ética, inclusiva y transformadora desde el ámbito universitario.

4. Justificación

En la actualidad, vivimos en un mundo interconectado en donde las redes sociales se han convertido en uno de los principales espacios de expresión, interacción y formación de opinión, se vuelve indispensable preguntarse ¿cómo estas plataformas están influyendo en la manera en que nos relacionamos con la diversidad cultural?, La interculturalidad, más que un concepto académico, es una necesidad humana y social, donde implica conocer al otro, dialogar con respeto y construir juntos desde la diferencia.

Para quienes se están formando en la comunicación para desarrollo, comprender el papel de las redes sociales en este proceso no solo un asunto técnico, sino ético y transformador. Los estudiantes de esta carrera no solo consumen contenidos digitales; sino también son generadores de mensajes, narrativas y sentidos que pueden reforzar o cuestionar los escenarios sociales sobre la cultura, la identidad y la diferencia. Sus Perspectivas sobre el uso de las redes sociales para promover la interculturalidad nos ofrecen una ventana al futuro de la Comunicación: Una Comunicación que pueden ser más inclusiva, más crítica y más humana.

Es por ello, que la presente investigación contribuye a obtener un mayor conocimiento sobre estudios de interculturalidad y comunicación digital desde la perspectiva de los estudiantes en formación, en la ciudad de Estelí, donde aún persisten desigualdades, exclusiones y discursos discriminatorios. Escuchar sus voces permite no solo entender cómo viven y piensan la interculturalidad en lo cotidiano, sino también fortalecer los procesos educativos de la carrera, fomentando una mirada más reflexiva, empática y comprometida con la transformación social.

Este estudio busca aportar no solo al conocimiento académico, sino también al ejercicio responsable y consciente de la comunicación en redes sociales, con el fin de promover una sociedad más justa, plural, dialogante.

Es por ello que es de suma relevancia analizar esta temática considerando el contexto actual, los debates en curso y las nuevas dinámicas culturales que surgen en las redes sociales.

La presente investigación se relaciona principalmente con los Objetivos de Desarrollo Sostenible a nivel Mundial, ODS 4: Educación de calidad; Este ODS busca garantizar una

educación inclusiva, equitativa y de calidad, y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos y todas. ODS 10: Reducción de Desigualdades; al identificar y analizar como las redes sociales pueden fomentar la interculturalidad, se puede contribuir a la reducción de desigualdades entre diferentes grupos culturales. ODS 16: Justicia e Instituciones Sólidas; Promover la Interculturalidad puede facilitar la cohesión social y la paz.

En el contexto de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN – Managua) y sus ejes de educación, la investigación se alinea al eje #4, Educación Artística y Cultural: contribuye al desarrollo de la formación integral para el disfrute y práctica de expresiones artísticas y culturales, que caracterizan nuestra identidad nacional. Este eje enfatiza la importancia de la formación integral, que no solo se centra en el desarrollo académico, sino también en el disfrute y la práctica de expresiones artísticas y culturales que son fundamentalmente para la identidad nacional, al analizar las percepciones sobre el uso de redes sociales, se estimula el pensamiento crítico en los estudiantes. Reflexionar sobre como estas herramientas pueden influir en la postura crítica frente a la información que consumen y comparten, lo cual es esencial en la formación integral del comunicador.

En resumen, esta investigación no solo se alinea con el eje de Educación Artística y Cultural de la UNAN-Managua, sino que también contribuye de manera significativa a la formación integral de los estudiantes. Al fomentar la reflexión sobre la interculturalidad, se potencia el disfrute y la práctica de las expresiones culturales que enriquecen nuestra identidad nacional, preparando a los futuros comunicadores para desempeñarse de manera efectiva en un mundo cada vez más interconectado .

5. Objetivos

5.1.Objetivo general

Analizar las percepciones de los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo sobre el uso de las redes sociales como herramienta para la promoción de la interculturalidad para el diseño de una propuesta que fortalezca el rol de comunicadores, durante el segundo semestre 2025.

5.2.Objetivos específicos

- 1- Identificar las redes sociales más utilizados por los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo en relación con contenidos interculturales.
- 2- Describir el proceso de interacción de la promoción intercultural en las redes sociales.
- 3- Diseñar una propuesta de comunicación para promoción de la interculturalidad desde la percepción de los estudiantes y docentes en el uso de las redes sociales.

6. Limitaciones de estudio

1. Contexto de tiempo y espacio

- Limitaciones de tiempo: la investigación se desarrolla durante el segundo semestre académico del año lectivo 2025, lo que puede limitar la extensión de los hallazgos a otro período (semestre) académico.
- Ubicación geográfica: la investigación se realizará en una sola región del País, las percepciones pueden ser no representativas; debido a los contextos educativos y culturales.

2. Subjetividad de la recolección de datos

- Diversidad en las respuestas: cada percepción de los entrevistados es subjetivas, y pueden variar verazmente entre ellos, complicando e interfiriendo la identificación de respuestas claras.

3. Análisis de datos:

- La naturaleza cualitativa de la investigación, requiere que los datos se interpreten a través de la mirada del investigador, lo que puede comprometer la credibilidad de los hallazgos

4. Selección de protagonistas del estudio y muestra

- Protagonistas del estudio: si los entrevistados son seleccionados de forma no aleatoria, hay posibilidades que las percepciones de ciertos grupos no estén adecuadamente expresadas.
- Muestra: la cantidad de estudiantes entrevistados es limitada, lo que puede afectar la intensidad analítica y la diversidad de respuestas recogidas.

5. Limitaciones en el uso de redes sociales

- Fácil acceso a la tecnología: no todos los estudiantes pueden tener igual acceso a dispositivos móviles, sofisticados o conectividad (wifi).

- en algunas plataformas: las redes sociales están en constantes actualizaciones diarias, desde su interfaz hasta su contenido; lo que puede causar que los resultados de la investigación queden obsoletos inmediatamente.

-

6. Limitaciones en la propuesta de comunicación

- Implementación de la propuesta: aunque se diseñe una propuesta de comunicación, que se lleve a cabo puede tener obstáculos como; los recursos financieros, técnicos y materiales, apoyo institucional.

-

7. Factores externos

- Perspectiva de factores socioculturales: las perspectivas de los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo, pueden verse afectadas por factores externos como las tendencias culturales, políticas o sociales que no se estudien en la investigación.
- Cambios en el currículo por competencia educativo: cualquier cambio en las políticas educativas, ya sea el pensum académico, puede influir significativamente en las percepciones y el uso de las redes sociales para los estudiantes de comunicación.

7. Supuestos básicos

Los supuestos básicos de este estudio son los siguientes:

1. Los estudiantes tienen poca experiencia con redes sociales relevantes. Las percepciones sobre uso y promoción, se asume que usan algunas plataformas.
2. Las percepciones de los participantes del estudio dependerán de las definiciones que conciben de interculturalidad.
3. Las redes sociales influyen en prácticas comunicativas de los estudiantes.
4. Hay acceso digital y conectividad suficiente en los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo para captar diversidad de percepciones.
5. Las expresiones de la interculturalidad en las redes son multifacéticas.
6. Se asume que los hallazgos serán interpretativos y contextuales, no serán generalizados estadísticamente, pero sí transferibles a contextos similares.
7. En este estudio cualitativo se alcanzará una saturación temática con un número moderado de entrevista.

Tabla 1 Matriz de categoría

Objetivo específico	Categoría	Definición de categoría	Sub categorías	Ítems para Instrumentos	Técnicas e instrumentos	Sujetos participantes
<p>Identificar las redes sociales más utilizadas por los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo, en relación con contenidos interculturales.</p>	<p>Redes sociales, y la relación de contenidos interculturales</p>	<p>(Universidad Andina Simón Bolívar Ecuador, 2022) Según Tello (2007), las redes sociales brindan muchas ventajas en el campo social y educativo, tales como la facilidad de manejo y la comunicación, la transmisión, el almacenamiento y el procesamiento de información. Deben ser bien utilizadas para apoyar el fortalecimiento de la interculturalidad de los estudiantes, aprovechando que constituyen procesos innovadores que atraen la atención de quien les da uso.</p>	<p>Percepciones para el Desarrollo Interculturalidad</p>	<p>¿Cuáles es la red social utiliza con más frecuencia? ¿por qué? ¿Cuáles son las percepciones que tiene sobre las redes sociales respecto a la interculturalidad? ¿Considera que las redes sociales son una herramienta útil para promocionar la interculturalidad? ¿por qué? ¿Cree que las redes sociales son una alternativa para fomentar la interculturalidad? ¿por qué?</p>	<p>Entrevista semi/estructurada</p>	<p>Dieciséis estudiantes de la carrera Comunicación para el Desarrollo, (de los tres años de la UNAN Managua/CUR Estelí).</p>

Objetivo específico	Categoría	Definición de la categoría	Sub categorías	Ítems para los Instrumentos	Técnicas e instrumentos	Sujetos participantes
2. Describir el proceso de interacción en la promoción intercultural de las redes sociales.	Procesos de Interacción y promoción intercultural	(Barrio & Ley, 2012) aseguran que, en un proceso intercultural, los intercambios interactivos, es decir, interacciones, tienen lugar entre individuos o grupos, con culturas distintas. Lo realmente importante es lo que ocurre cuando dos personas o dos grupos “con raíces culturales distintas” entran en contacto e interactúan.	Interacción entre usuarios a través de redes sociales. Dialogo intercultural. Educación intercultural.	De las redes sociales que utiliza ¿Cuáles considera que promocionan el contenido interculturalidad? ¿Considera que las redes sociales promueven la interculturalidad? ¿Cuál considera que es la red social más utilizada para la promoción intercultural? ¿Cómo estudiante de comunicación que experiencias ha tenido a través de redes sociales en el dialogo intercultural? Como comunicador en formación, ¿qué habilidades específicas cree que hacen falta para usar las redes sociales de manera efectiva en proyectos de interculturalidad?	Entrevista semi/estructurada	Nueve estudiantes de la carrera Comunicación para el Desarrollo, (tres de cada año de la UNAN Managua/CUR Estelí).

Objetivo específico	Categoría	Definición de la categoría	Sub categorías	Ítems para los Instrumentos	Técnicas e instrumentos	Sujetos participantes
<p>3. Diseñar una propuesta de comunicación para promoción de la interculturalidad con el uso de redes sociales.</p>	<p>comunicación para la promoción intercultural</p>	<p>La (Universidad Europea, 2025) plantea que el plan de comunicación es un documento donde se plasma cómo una empresa o compañía se va a comunicar con su público durante un tiempo determinado. En este plan se establecen los diferentes objetivos que se quieren llegar a alcanzar, estableciendo el orden de las acciones y tareas que se llevarán a cabo en él.</p>	<p>Propuesta comunicacional para la promoción de la interculturalidad Estrategias comunicacionales. Público objetivo comunicacional Formas de evaluación</p>	<p>¿Usted ha interactuado con alguna propuesta de comunicación donde se promueva la interculturalidad? ¿Qué tipo de propuesta comunicacional sería más efectiva para los estudiantes de la carrera Comunicación para el Desarrollo de la UNAN Managua CUR Estelí? ¿Qué contenido considera relevante para el diseño de una propuesta comunicacional en la promoción intercultural para los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo? ¿Cuáles son las estrategias que se deberían tomar en cuenta para realizar la propuesta comunicacional? ¿a qué público meta se puede dirigir la estrategia comunicacional?</p>	<p>Grupo focal</p>	<p>Siete docentes con experiencia en comunicación, identidad cultural, historiadores y antropólogos.</p>

				<p>En base a su experiencia ¿Cómo evaluaría la efectividad esta propuesta comunicacional? ¿Cómo contribuye la universidad a fomentar la interculturalidad mediante estrategias educativas?</p>		
--	--	--	--	--	--	--

8. Preguntas de investigación

8.1. Pregunta central

¿Cuáles son las percepciones que tienen los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo sobre el uso de las redes sociales como herramienta para la promoción de la interculturalidad?

8.2. Preguntas específicas

1. ¿Cuáles son las redes sociales que utilizan los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo, relacionado a contenidos interculturales?
2. ¿De qué manera se puede describir el proceso de interacción de la promoción intercultural en las redes sociales?
3. ¿Cuáles serían las acciones para diseñar una propuesta de comunicación para promoción de la interculturalidad utilizando redes sociales?

9. Marco teórico

1. Interculturalidad

1.1 La interculturalidad como un proceso ético

La interculturalidad se entiende como un proceso dinámico y sobre todo ético que promueve el respeto entre diversas culturas, respetando la dignidad de cada persona, grupo social, diferentes derivaciones étnicas y reconociendo sus saberes, prácticas y formas de vida. Con una cosmo visión humanística, conlleva la construcción conjunta de una sociedad más justa, donde las diferencias culturales no sean motivo de exclusión.

La interculturalidad se entiende como un proceso dinámico y ético que promueve el encuentro respetuoso entre culturas diversas, reconociendo la dignidad de cada persona y valorando sus saberes, prácticas y formas de vida. Desde una perspectiva humanista, implica superar la mera coexistencia para fomentar el diálogo, la empatía y la construcción conjunta de una sociedad más justa, donde las diferencias culturales no sean motivo de exclusión, sino fuente de enriquecimiento mutuo.

La interculturalidad, entendida desde una perspectiva crítica, no se limita a la coexistencia de culturas, sino que implica relaciones equitativas entre ellas, donde se cuestionan las jerarquías históricas impuestas por el colonialismo, el racismo y la homogenización cultural. También se refiere al intercambio y la convivencia armoniosa entre personas de diferentes culturas, donde se busca el respeto mutuo, la comprensión y la colaboración. Este concepto va más allá de simplemente tolerar las diferencias culturales; implica celebrarlas y aprender de cada una para construir una sociedad más inclusiva (Universidad Pontificia Javierana Cali, 2023).

En el contexto latinoamericano Salazar & Gamboa, (2021) comentan que la interculturalidad se vive en las calles, en el mercado, en las lenguas que resisten, en los cuerpos que migran. Promoverla desde la Comunicación para el Desarrollo, implica visibilizar lo silenciado, abrir espacios para el diálogo de saberes y generar contenidos que interpelen, emocionen y transformen.

La interculturalidad en la convivencia respetuosa entre diversas culturas, reconocimiento mutuo, la equidad y el diálogo, no se trata solo de coexistencia, de una interacción que desafía las relaciones de poder histórico entre culturas dominantes y subordinadas”.

1.2 La cultura como un conjunto de conocimientos

Para la Real Academia Española (2024) el término de cultura se define como el conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico; también engloba los modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época y grupo social.

Tal como plantean Araiza & Medécigo (2020) en su artículo de revista afirman que La cultura es un concepto amplio que atraviesa distintas ciencias sociales, sobre todo después del giro cultural a mediados del siglo XX, antes de eso era principalmente objeto de estudio de la antropología. Este texto se centra en diversas corrientes teóricas más o menos contemporáneas sobre la cultura y pone especial énfasis en el debate sobre la información/comunicación. La idea es escapar de diferentes oposiciones binarias y buscar conceptos complejos y dialécticos que nos ayuden a establecer debates verdaderamente interdisciplinarios.

1.3 La Comunicación intercultural en el proceso de interacción

La comunicación intercultural es el proceso de interacción con personas que son diferentes de uno mismo, en aspectos fundamentales relacionados con la apariencia, el lenguaje, las cosmovisiones, o una serie de otras características. En muchos entornos este fenómeno forma parte de su vida cotidiana, por ejemplo; en comunidades multilingües, pluriculturales, multiculturales o en familias culturalmente diversas.

De acuerdo con Peralta (2025) la interculturalidad, y específicamente desde una perspectiva multidisciplinaria en cuanto a educación, revitalización cultural y lingüística, salud intercultural, género e interculturalidad, ciencias sociales, humanidades entre otras disciplinas.

Desde la perspectiva humanística, este tipo de comunicación no solo busca transmitir información, sino también fomentar el diálogo ético, empatía hacia el otro; Implica superar prejuicios, escuchar activamente y valorar la diversidad como una oportunidad para el crecimiento tanto personal como colectivo.

1.4 Los contextos sociales en calidad de espacios de interacción

Según StudySmaster, (s.f.) los contextos sociales son entornos económicos, políticos y culturales, relacionados en los que se desarrollan las interacciones humanas. Abarca normas, valores, creencias, estructuras de poder, de toma de decisiones y dinámicas comunitarias que influyen en la manera en que las personas se comunican, se comportan y conviven. Estos contextos no son estáticos; cambian con el tiempo y varían según el grupo social, el lugar.

Los contextos sociales son los entornos culturales, económicos, políticos y relacionales en los que se desarrollan las interacciones humanas. Incluyen las normas, valores, creencias, estructuras de poder y dinámicas comunitarias que influyen en la manera en que las personas se comunican, se comportan y construyen significado. Estos contextos no son estáticos; cambian con el tiempo y varían según el grupo social, el lugar y el momento histórico, condicionando tanto las oportunidades como las limitaciones de los individuos dentro de la sociedad.

1.5 Contextos digitales en entornos tecnológicos

El contexto digital se refiere al entorno creado por la tecnología digital que influye en la forma en que interactuamos, comunicamos y compartimos información. Este ámbito abarca redes sociales, aplicaciones, dispositivos móviles y plataformas en línea que transforman la educación, el comercio y la comunicación interpersonal (StudySmarter, s.f.)

La tecnología hoy en día se ha vuelto una herramienta muy indispensable en nuestras vidas, en todo momento estamos en entornos digitales que nos ayudan a realizar nuestras tareas de una manera más fácil y precisa.

1.6 Importancia de la interculturalidad en contextos digitales

La importancia de este punto según Núñez, Hurtado, Loayza, & Ramírez, (2025) reside en que la tecnología digital es importante para favorecer la competencia intercultural, ya que puede lograr una mayor interacción entre personas de diferentes culturas, así como la conservación de los elementos culturales que la identifican.

La utilización de teléfonos móviles, herramientas digitales traen consigo una gran responsabilidad, por eso es importante que los jóvenes conozcan los valores culturales que los identifica, para así promover la interculturalidad de una manera efectiva, compartiendo de manera decisiva una formación de identidades de todo el mundo.

2. Redes Sociales

2.2 Las redes sociales como espacios de interacción social

Según Juventud (2014) una red social es un término usado para describir una variedad de plataformas, aplicaciones y tecnologías, que permiten a las personas interactuar socialmente con otros a través de la web. Algunos ejemplos de los sitios de medios sociales y aplicaciones pueden ser Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, blogs y otros sitios que tienen contenido, en función de la participación del usuario y el contenido generado por el mismo.

Las redes sociales son herramientas que nos mantienen interconectados con otros usuarios en línea, quienes se comunican a través de mensajería directa de las redes sociales, dentro de estas conversaciones existe una amplia interculturalidad, ya que son diálogos entre personas de diferentes culturas y nacionalidades.

2.3 Definición de entornos digitales

Los entornos digitales son escenarios en los cuales se desarrollan las actividades interactivas, conocidas como digitales o virtuales, y sus cualidades son la fluidez, la

simultaneidad, la superposición de procesos y la creación de contenidos. Estos entornos se implementan en diferentes software y aplicaciones de la web, conocidas como las TIC, siendo herramientas que permiten la transmisión de información y la producción de multimedia audiovisual e hipertextual (Medina, 2022).

Los entornos digitales son vitales en nuestras vidas, ya que hoy en día vivimos en un mundo interconectado, los diferentes sectores pueden depender de ellos, la tecnología permite terminar trabajos en tiempo y forma, a través de los entornos digitales se puede ahorrar tiempo desde el momento en el que se puede usar un móvil para hacer movimientos en la red y sobre todo abre mayores oportunidades al crecimiento personal.

2.4 Redes sociales como parte integral en la vida de las personas

En la era digital en la que vivimos, las redes sociales se han convertido en una parte integral de nuestras vidas. Estas plataformas de comunicación y conexión han revolucionado la forma en que las personas se relacionan, informan y entretienen.

Es importante destacar que el alcance y la relevancia de las redes sociales están en constante evolución. Las plataformas emergen continuamente, mientras que otras pierden popularidad con el tiempo. Por lo tanto, es fundamental que los usuarios estén actualizados y sean críticos al evaluar la información que encuentran en estas redes (StudySmarter, s.f.).

Como jóvenes, es importante conocer que se vive en un mundo digital que está en constante cambios, es por ello que se debe tener conocimientos claros sobre las nuevas herramientas y como darles un uso correcto compartiendo e interactuando con contenidos de valor que sumen información importante a la formación tanto personal como profesional.

2.5 Importancia de las redes sociales en la comunicación intercultural

Las redes sociales se han convertido en una parte integral de la vida diaria para millones de personas en todo el mundo. Con su capacidad para conectar a individuos, difundir información y facilitar la interacción social, las redes sociales han tenido un impacto significativo en diversos aspectos de la sociedad, incluida la educación cultural.

El impacto de las redes sociales en la educación cultural se manifiesta en una serie de beneficios y desafíos. Por un lado, estas plataformas permiten a los usuarios explorar y comprender las diversas culturas presentes en el mundo, fomentando la empatía, el respeto y la sensibilidad intercultural. Por otro lado, el acceso ilimitado a información cultural a través de las redes sociales puede plantear desafíos relacionados con la autenticidad, la apropiación cultural y la preservación de las tradiciones.

2.6 Importancia de las redes sociales en la promoción de la interculturalidad

Tomando en cuenta el análisis previo sobre el impacto de las redes sociales en la educación cultural, la importancia en la promoción de la interculturalidad se resume en su capacidad para catalizar el diálogo y fortalecer la identidad en el espacio digital.

Las redes sociales son cruciales para la promoción intercultural debido a su doble función como herramienta de interacción masiva y como plataforma de empoderamiento cultural, elementos esenciales para el campo de la Comunicación para el Desarrollo (Sánchez M. d., 2023).

Las redes sociales facilitan un diálogo intercultural horizontal, además de romper barreras de comunicación, facilita a los usuarios a estar conectados y a intercambiar conocimientos en diferentes temas en contextos formales e informales, estas redes se pueden utilizar como un campo de acción para la promoción de la interculturalidad, donde se pueden presentar estrategias inclusivas, sin intenciones de dañar al otro, esto para obtener beneficios y erradicar impactos negativos.

3 Comunicación para el Desarrollo

3.1. Importancia de la Comunicación para el Desarrollo

La comunicación para el desarrollo es una herramienta para la incidencia social y política. Promueve la participación y el cambio social con los métodos e instrumentos de la comunicación interpersonal, los medios comunitarios y las modernas tecnologías de la información. La Comunicación para el Desarrollo no es un añadido sino una actividad

transversal en la gestión de proyectos, para fortalecer el diálogo con los beneficiarios, socios y autoridades con el fin de aumentar la apropiación local de los programas y crear un impacto sostenible (Jenatsch & Bauer, 2016).

Es una disciplina que trasciende en la transmisión de información; Se orienta a facilitar un proceso de cambio social, formar la participación ciudadana, fortalecer e impulsar la cohesión social; siendo así el comunicador no es un simple emisor de mensajes, sino un mediador cultural capaz de interpretar contextos generar diálogo intercultural y promover la equidad en todos sus aspectos. Para los estudiantes de esta carrera, implica asumir un compromiso ético con transformación social, reconociendo la diversidad como un valor y no como una barrera (Sánchez M. , 2024).

Los estudiantes de la carrera Comunicación para el Desarrollo, tienen una formación académica donde la desigualdad, la exclusión y la invisibilidad de identidades culturales siguen siendo desafíos vigentes. Por ello, su rol implica reconocer la diversidad como potencia, y no como obstáculo, en la construcción de narrativas colectivas.

3.2 Diálogo intercultural

El diálogo intercultural es un proceso de intercambio y comunicación entre personas de diferentes culturas, basado en el respeto mutuo, la comprensión y la apertura. Su objetivo es fomentar la convivencia armoniosa, superar prejuicios y enriquecer el conocimiento mutuo, promoviendo la inclusión y la diversidad (Nehuén, 2024).

El diálogo intercultural es importante para erradicar estereotipos entre culturas, como jóvenes debemos promover el diálogo horizontal, para promocionar y divulgar una convivencia con empatía y armoniosa.

3.3 La Comunicación en la promoción de la intercultural

La comunicación intercultural se ha vuelto esencial en nuestra sociedad globalizada. La creciente interacción entre personas de diferentes culturas requiere un entendimiento profundo y respetuoso de las diversas formas en que nos comunicamos.

En esencia, la comunicación intercultural abarca tanto el lenguaje verbal como el no verbal. Las diferencias en los gestos, las expresiones faciales y el tono de voz pueden variar significativamente de una cultura a otra, lo que hace crucial una comprensión profunda de estos elementos para evitar malentendidos (Mayuri, 2023).

La comunicación para la promoción intercultural es indispensable en nuestras vidas, ya que vivimos en un mundo tecnológico avanzado, donde nos podemos comunicar de diferentes maneras ya sea mediante conversaciones, gestos o desde el hecho de no hacer nada se está transmitiendo información a las demás personas.

3.4 Importancia de las estrategias de comunicación para la promoción intercultural

En opinión de Mayuri (2023), vivimos un mundo cada vez más globalizado, la comunicación intercultural se vuelve esencial para el éxito en entornos diversos. Tomando en cuenta comunicarse en entornos culturales diversos, se busca comprender las normas de comunicación, la sensibilidad al contexto cultural y el conocimiento de la jerarquía.

Considerando el contexto cultural existen diferentes maneras de comunicarse en tanto al contexto de culturas diversas, como las normas de cortesía, saludar al llegar, conocer y educarse para tener en cuenta las estructuras de las conversaciones, además de comprender el nivel de jerarquía en la sociedad ya que esto es esencial para tener conversaciones e intercambios culturales efectivos.

4 Percepciones de estudiantes

4.1 Percepciones que guían el proceso interpretativo de la información

En palabras de Gómez (2025), la percepción es el proceso mediante el cual los seres humanos interpretan y organizan la información que reciben del entorno, se trata de codificar los datos que son captados a través de los sentidos e interpretadas para poder operar con ellos. La percepción se diferencia de la sensación que es una respuesta inmediata e involuntaria de un estímulo.

Muchas veces el término percepciones puede llegar a confundirse con lo que se conoce o se cree sobre algo en específico, pero se trata de recibir la información, procesarla e interpretarla de una manera adecuada. Transmitir temas de interés, consumir información de valor y que los jóvenes puedan conocer sobre interculturalidad y darla a conocer de generación en generación, para nutrir los conocimientos y ser una sociedad culta con conocimientos de valor.

4.2 Percepción y uso de redes sociales en la formación de la identidad juvenil digital

Según Pruthi (2024), las redes sociales son sitios de Internet y aplicaciones que puedes usar para compartir contenidos que creaste. Estas redes también te permiten responder a los contenidos que otros publican. Por ejemplo, imágenes, texto, reacciones o comentarios a publicaciones de otras personas y enlaces a información.

Compartir en línea a través de las redes sociales ayuda a muchas personas a mantenerse en contacto con sus amigos o a conocer nuevos amigos. Y esto puede ser más importante para los adolescentes que para otros grupos etarios. Las amistades ayudan a los adolescentes a sentir que reciben apoyo, y desempeñan un papel en el desarrollo de su identidad. Por lo tanto, es natural preguntarse cómo el uso de las redes sociales podría afectar a los adolescentes.

Para los jóvenes es importante estar conectados en las redes sociales ya que han creado hábitos que los mantiene en constante comunicación con las relaciones de amistades que han formado a través de ellas, al compartir imágenes, videos, textos, se siente apoyados

y se motivan muchas veces a crear contenidos de valor y a consumir contenido que les ayude en su educación personal.

5. Desafíos en el uso de plataforma digitales en los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo

De acuerdo con Saldaña (2024) el acceso desigual a la tecnología y conectividad ha sido uno de los desafíos más críticos en la adopción de la educación digital, exponiendo profundas brechas que limitan el alcance de las plataformas de aprendizaje en línea.

La infraestructura en América Latina, es otro obstáculo significativo para la educación digital; la mayoría de los países en la región enfrentan limitaciones en la conectividad, lo cual dificulta una interacción fluida y constante entre los estudiantes y docentes, lo que es crucial para el éxito del aprendizaje en línea

La capacitación docente es otra dimensión crítica en la implementación de la educación digital. Durante la transición a la educación remota, muchos docentes debieron aprender rápidamente a utilizar herramientas tecnológicas sin contar con una preparación previa adecuada, lo cual limitó la efectividad de la enseñanza.

Sin embargo, pese a todos estos desafíos conforme el tiempo ha avanzado, nosotros hemos evolucionado junto a la tecnología por lo cual adquirimos conocimientos, nos educamos y las herramientas tecnológicas como celulares inteligentes, computadoras, tabletas, están a nuestro alcance.

11. Diseño metodológico

En el siguiente apartado se exponen los diferentes aspectos metodológicos que guían el proceso de esta investigación. Es por ello, que se indica el enfoque cualitativo, tipo de investigación según su nivel de profundidad y el tiempo de ejecución; así también las técnicas e instrumentos que se emplearon para recopilar los datos proporcionados por los protagonistas de este estudio.

El estudio se desarrolló en la Ciudad de Estelí con la participación de estudiantes de Comunicación para el Desarrollo, y Docentes expertos, del Centro Universitario Regional de Estelí (UNAN-Managua/CUR-Estelí), relacionados con las variables de investigación.

Para el abordaje de la interculturalidad desde la comunicación, es fundamental la Estrategia Nacional de Educación en todas sus modalidades “Bendiciones y Victorias 2024-2026”. El estudio se alinea con el propósito de aportar al desarrollo humano y pleno de las familias nicaragüenses, retomando, de esta estrategia, los ejes temáticos clave: Eje 4: Educación Artística y Cultural y Eje 5: Historia e Identidad Nacional.

De igual manera, este trabajo se sustenta en los lineamientos del Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza, el cual contiene políticas, estrategias y acciones transformadoras para la reducción de las desigualdades. En particular, la investigación se apoya en el lineamiento 6: Juventud como Eje Central del Desarrollo.

El estudio se enmarca en la línea de investigación de la UNAN-Managua, del Área de Ciencias Sociales y Humanidades: CSH-1: Cultura, patrimonio, territorio y desarrollo, en la sub línea CSH-1.3: Dinámicas territoriales, configuraciones e interculturalidad.

También en el sub eje CSH-3.2: Globalización, generación de conocimientos y cambio social; este eje aborda como los procesos de globalización y la generación de conocimientos pueden impulsar transformaciones sociales.

Retomando la clasificación internacional de la educación CINE-13 en campo amplio 03: Ciencias sociales, periodismo e información del campo específico 032: Periodismo e información y al campo detallado 0321: Periodismo, comunicación y reportajes.

11.1 Enfoque de la investigación

El estudio es de enfoque cualitativo, ya que busca comprender las percepciones de los estudiantes de la carrera Comunicación para el Desarrollo, sobre el uso de las redes sociales en la promoción de la interculturalidad. Al respecto Hernández (2014), plantea que los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas.

11.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación es de carácter descriptiva cualitativa, con un paradigma interpretativo de corte transversal, ya que se da en un periodo determinado en este caso en el II segundo semestre del año 2025. De acuerdo con Stewart (2025) “los estudios transversales son un método de investigación fundamental utilizado en diversos campos para analizar datos en un momento específico”.

“El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas” (Morales , 2021).

De igual manera Valle (2022), refiere que en una investigación descriptiva las respuestas llevan a proporcionar información detallada acerca del objeto de estudio en una realidad concreta y claramente delimitada. Estos datos se enfocan en las características, los comportamientos, los componentes, la estructura o el orden en que se dan determinados acontecimientos vinculados con fenómenos o hechos educativos.

11.3 Muestra teórica y sujetos de estudio

Según Martínez (2011), el diseño de la muestra orienta la forma en la que empieza a buscarse a los participantes, pero su incorporación se hace en forma iterativa, de acuerdo con la información que va surgiendo en el trabajo de campo. Como lo subrayan los expertos en esta modalidad de indagación, lo decisivo aquí no es el tamaño de la muestra, sino la riqueza

de los datos provistos por los participantes, y las habilidades de observación y análisis del investigador.

La muestra teórica de esta investigación fue intencional, conformada por 19 estudiantes, de los siguientes años: I, II y III año, de la carrera Comunicación para el Desarrollo y 7 docentes de la UNAN Managua CUR Estelí, esta selección se realizó considerando que los participantes tienen conocimientos en relación al tema de estudio, de igual modo sus aportes son de suma relevancia para esta investigación.

Los criterios de inclusión son los siguientes:

- Que los participantes sean estudiantes activos de la UNAN Managua CUR Estelí
- Ser un estudiante de la carrera Comunicación para el Desarrollo
- Ser un estudiante destacado en su carrera.
- Ser un estudiante que utilice redes sociales de manera regular (al menos 3 veces por semana) para fines académicos, personales o profesionales.
- Preferencia por quienes hayan compartido o interactuado con contenidos relacionados con interculturalidad.
- Participantes que estén abiertos a compartir sus percepciones de manera abierta y detallada.
- Inclusión de estudiantes con diferentes niveles de experiencia en el uso de redes sociales (principiantes, intermedio, avanzados).
- Representación de diversas culturas, géneros y edades para enriquecer la diversidad de percepciones.

En el caso de los docentes seleccionados los criterios son:

- Especialistas en temas de interculturalidad, antropología, historia, lengua y literatura, y comunicación social.
- Ser maestro de las diferentes carreras relacionadas con el tema de investigación.
- Maestros con conocimientos en temas relacionados con la interculturalidad.

Los criterios de exclusión son los siguientes

- Estudiantes de otras carreras
- Docentes que no conocen del tema
- Docentes que imparten componentes en otras universidades.

Estos criterios garantizan la diversidad de perspectivas y la profundidad en el análisis de las percepciones sobre el uso de las redes sociales en la promoción de la Interculturalidad.

11.4 Métodos y Técnicas e instrumentos para recolección de datos

Los métodos y técnicas para la recolección de datos utilizadas en este estudio son la entrevista semiestructurada y el grupo focal. Al respecto sobre la recolección de datos de una investigación, Martínez (2022), hace referencia a comprender, reunir y medir información de diversas fuentes, con la finalidad de obtener un panorama general del objeto de estudio. La obtención de estos datos puede realizarse a través de diferentes técnicas e instrumentos como la observación, cuestionarios, entrevistas y escalas.

Al momento de recolectar datos, lo primero que hay que hacer es tener claro cómo vas a hacerlo y aquí es donde entran en juego los métodos y técnicas. Los métodos cualitativos, ayudan a entender el por qué detrás de una acción o decisión (Vásquez, 2025).

A continuación, se exponen las técnicas aplicadas en el estudio

11.4.1 Entrevista semiestructurada

Se concibe que la “entrevista semiestructurada es la más convencional de las alternativas de entrevista, y se caracteriza por la preparación anticipada de una pauta de preguntas abiertas pero acotadas al objeto de observación” (DIPRES, 2019).

En este caso esta técnica se aplicó a 19 estudiantes de I, II; III año de la carrera Comunicación para el Desarrollo, del CUR Estelí sede de UNAN Managua. Para profundizar en el tema de interculturalidad, quienes compartieron sus experiencias, conocimientos y percepciones acerca del tema, para ello se diseñó un cuestionario.

11.4.2 Grupo focal

De acuerdo con Reisdigital (2022), un grupo focal es un método de investigación de mercado que reúne a 6-10 personas en una sala para proporcionar comentarios sobre un producto, concepto o servicio. Un moderador capacitado lidera una discusión de 30-90 minutos dentro del grupo que está diseñado para recopilar información útil.

El grupo focal se aplicó a 7 docentes del CUR Estelí, quienes cumplieron los criterios establecidos de selección, donde se obtuvieron las herramientas necesarias para realizar una propuesta comunicacional sobre el tema de estudio, con relevancia para los jóvenes y resultados eficientes.

Estas técnicas permitieron recopilar la información del estudio, además de obtener un análisis sobre las percepciones, conocimientos y prácticas de la interculturalidad de los participantes.

11.5 Criterios de calidad

Esta investigación se realizó bajo los criterios de calidad de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-Managua, es esencial asegurar la calidad y efectividad institucional por medio de una planificación acertada, debidamente ejecutada, evaluada y ajustada, así como la adopción de los principios de autogestión, autorregulación y autocontrol que sustentan la mejora continua. Los criterios establecidos son los siguientes:

Honestidad, transparencia y responsabilidad social e institucional: las decisiones institucionales están apegadas al marco legal y normativo de la institución, son objetivas y se basan en evidencias, optimizando los recursos y resguardando el patrimonio institucional y social, así como la identificación y potencialización las oportunidades para el mejoramiento de la calidad (Unan Managua, 2024).

11.6 Métodos, técnicas e instrumentos para el procesamiento y análisis de datos e información

Para realizar el procesamiento de los datos se utilizó el método de análisis temático con codificación axial, en palabras de Taylor (2025), los análisis temáticos son un método cualitativo para identificar, analizar y reportar patrones dentro de los datos. A diferencia de

las técnicas estadísticas que dependen de la representación numérica, el análisis temático se centra en los significados, experiencias y perspectivas expresadas en las palabras de los participantes. Esto hace referencia a Braun y Clarke quienes formalizaron este método en el año 2006.

A continuación, las seis fases del método de análisis temático utilizadas para este estudio:

1. Familiarización de los datos: lectura repetida de los datos obtenidos y anotación de memos.
2. Generación de códigos iniciales: etiquetados, sistemáticos de las características de los datos.
3. Búsqueda de temas: agrupación de temas relevantes potenciales.
4. Revisión de temas: validación de los temas generados.
5. Definición y nombramiento de temas: definición clara de la esencia y ámbito de cada tema.
6. Elaboración del informe: redacción de los resultados en conexión con las citas de los participantes y el marco teórico, realizando una historia analítica respaldada con evidencias de los datos. Asimismo, dándole salida a la pregunta de investigación.

11.6.1 Métodos de análisis de recolección de datos:

El método utilizado para el análisis de recolección de datos de esta investigación es cualitativo, que busca interpretar y conocer las respuestas de los estudiantes y docentes del CUR Estelí, este método permitió garantizar la validez de la información obtenida de la entrevista semi estructurada y el grupo focal; dándole salida a las categorías y sub categorías, para facilitar el análisis de datos en función a los objetivos de la investigación.

Los gráficos se utilizan para presentar de manera visual las categorías cualitativas, facilitando la comprensión de datos; son útiles al representar las frecuencias de cada categoría con barras separadas indicando la eficacia proporcionada dentro del total de respuestas o selecciones (Aquino, 2021).

11.6.2 Técnicas de análisis:

Matrices: la técnica que se utilizó para analizar los datos fue matrices, en la cual se organizaron las preguntas de la entrevista y del grupo focal, lo que permitió que la información obtenida se relacionara sistemáticamente y conocer los temas relevantes de las respuestas de una manera más clara, así mismo observar de manera rigurosa las percepciones de los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo sobre el uso de las redes sociales en la promoción de la interculturalidad.

11.6.3 Instrumentos de análisis de datos

El procesamiento y análisis de los datos se realizó siguiendo los siguientes pasos:

1. Transcripción: se realizó la transcripción textual y completa de las entrevistas semiestructuradas y el grupo focal.
2. Organización y codificación: los datos recopilados se organizaron y se codificaron preliminarmente mediante el uso de software de Word y Excel, analizando la información de textos relacionados con los objetivos.

11.7 Etapas de la investigación

Etapa I: investigación documental

La primera etapa se realizó mediante la búsqueda de información en la biblioteca del CUR-Estelí, en el repositorio universitario de la UNAN-Managua y páginas web, esto con el fin de encontrar referencias en relación con el tema de investigación: Percepciones estudiantes de la carrera Comunicación para el Desarrollo sobre el uso de redes sociales en la promoción de interculturalidad, en el segundo semestre 2025.

Etapa II: elaboración de instrumentos

Se elaboraron dos instrumentos de recolección de datos en base a las variables definidas, en el cual se eligieron dos instrumentos, la entrevista semiestructurada y grupo

focal. para la entrevista se realizo una estructura que contenia preguntas abiertas relacionadas con las categorias y sub categorias de estudio.

Por otro lado el grupo focal se diseño de forma clara y precisa, priorizando la calidad de respuestas de los participantes. Ambos instrumentos fueron fundamentales para recopilar informacion valiosa que contribuyo al analisis e interpretacion de los datos obtenidos.

Etapa III: trabajo de campo

En la tercera etapa se aplicaron los instrumentos de recolección de datos a los estudiantes y docentes, durante esta fase fue crucial asegurarse de que las entrevistas y el grupo focal se realizaran de manera efectiva y con el rigor metodológico necesario. Una vez recopilados los datos, se llevó a cabo un exhaustivo proceso de análisis para poder ofrecer conclusiones claras y significativas. Asimismo, sumergirse en la interpretación de los resultados para extraer todo su potencial.

Etapa IV: elaboración de documento final

El documento final se elaboró con los datos obtenidos de los instrumentos de investigación, de esta manera se les dio salida a los objetivos, seguidamente se redactaron los resultados, conclusiones y recomendaciones. Finalmente se realizará la presentación de la tesis terminada conforme a la estructura orientada por la universidad.

12. Análisis y discusión de resultados

En este apartado se muestra el análisis de los resultados obtenidos de los instrumentos de recolección de información relacionado con el estudio de percepciones que tienen los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo, sobre el uso de las redes sociales en la promoción intercultural.

Para una mejor comprensión; está estructurado en cuatro capítulos, el primero para caracterizar los sujetos de estudio y los tres objetivos específicos propuestos en el estudio y al final un análisis de discusión de resultados donde se contrastan los resultados con las categorías y teorías que tienen relación al tema estudiado.

12.1 Caracterización de los sujetos de estudio

Esta investigación se realizó en la ciudad Estelí, en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-Managua); Centro Universitario Regional de Estelí CUR-Estelí con estudiantes de primero a tercer año de la carrera de Comunicación para el Desarrollo.

A continuación, se presenta la caracterización de los sujetos de estudio en los aspectos de nivel académico, sexo y edades correspondientes. Los sujetos de estudio estuvieron conformados por 19 estudiantes de la carrera Comunicación para el Desarrollo y 7 docentes especialistas en comunicación y temáticas relacionadas con la interculturalidad.

En el estudio participaron 19 estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo, que corresponden a: 8 estudiantes de segundo año, 6 estudiantes de primer año y 5 estudiantes de tercer año de la carrera para un total de 19 entrevistados.

Esta participación es sumamente interesante ya que corresponde a estudiantes que están iniciando en la carrera y el estudio podría ser motivador para promover acciones de interculturalidad que profundizaría su formación profesional.

En relación al sexo de los participantes fue equitativa, la cual representa a 9 entrevistados de género masculino y 10 de género femenino.

En cuanto a la edad de los sujetos de estudio los rangos de edades predominantes están entre los 18 a 38 años, que equivalen a 6 estudiantes con 18 años, 4 de 20, 3 de 21 y 1 entrevistado entre 23, 28, y 38 años.

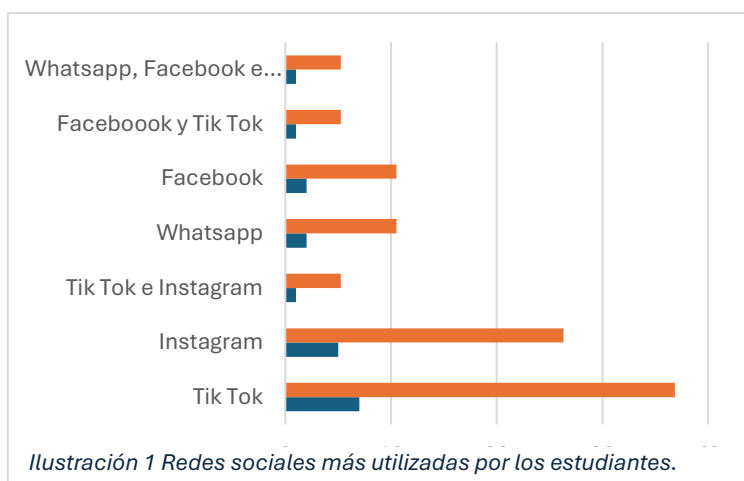
Es importante destacar que los estudiantes que están en la carrera de Comunicación para el desarrollo provienen de toda la región norte del país, lo que hace muy interesante la percepción sobre la interculturalidad y enriquece el diseño de la propuesta.

12.2 Redes sociales más utilizadas por los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo en relación con contenidos interculturales

Las redes sociales son sumamente importantes en el campo de la Comunicación para el Desarrollo, especialmente en el ámbito de los contenidos interculturales, debido a su enfoque visual para contar historias, a través de distintas estrategias, no solo como una fuente de datos sino como un contexto social enfocado en las interacciones humanas en el entorno digital.

12.2.1 Redes sociales más utilizados por los estudiantes

Las redes más utilizadas por los estudiantes de la carrera de Comunicación para el desarrollo se muestran en el siguiente gráfico, ya que son una fuente de información muy importante para plantear estrategias que faciliten la promoción de la interculturalidad.



Fuente: propia

Como se puede observar en el gráfico, la red social que destaca con 37% es el TikTok, el que utilizan con más frecuencia los estudiantes debido a que es una plataforma vista por todas las personas donde suben su contenido de interés.

De igual manera **TikTok** tiene una variedad de contenido que se toma como pasatiempo, entretenimiento, aprendizaje, educación, información, noticias y publicidad para negocios y emprendimientos. Así como películas, juegos de distracción y también diálogos que ayudan a cómo desenvolverte en un escenario, o cómo saber expresarte. Algunos argumentos del uso de TikTok :

“Porque me gusta crear y consumir contenido. A través de ella me motivo ya que permite crecer de manera positiva”. E2

“Es una de la red de entretenimiento y también para crear contenido, por qué una de las redes que tienen más interacciones” E3

“Me gusta crear contenido y me entretiene ver videos de otros creadores de contenido” E4

“Utilizo TikTok para enterarme de lo que es tendencia y poder distraerme con humor y entretenimiento fácilmente” E11

Esta percepción sobre la red social que los estudiantes de la carrera de Comunicación utilizan con mayor frecuencia es un dato relevante para los procesos de interacción que se desarrollan para la apropiación de contenido como la complejidad en el abordaje de la interculturalidad, que implica diversos aspectos y puntos de vistas, en algunas ocasiones confusas. El uso de TikTok podría ser conveniente por su popularidad, formato corto, creativo y de fácil acceso.

Otra de las redes que utilizan los estudiantes en un 26% es **Instagram**, porque conecta más con la gente, su algoritmo presenta publicaciones basadas en el interés personal y es una

herramienta muy poderosa en la comunicación al alcance de todos. Sobre esta red, la preferencia se manifiesta así:

“Porque me gusta compartir mi día fotitos de algunos lugares, viajes conecto más con mis seguidores y a través de Instagram promuevo mi vida artística”. E8

“Soy fotógrafo y la utilizo para generar contenido, subir fotografías e interactuar con la gente, también como entretenimiento en ratos libres”. E9

“En esta red social es donde más me comunico con mis amigos. Además, ahí me mantengo mejor informado acerca de las cosas que me gustan (cantantes actores), equipos”. E 12

En el mismo nivel porcentual están las redes de **WhatsApp** y **Facebook**, ambas con un porcentaje de 11%. Estas redes facilitan el intercambio de información entre las personas y de fácil dominio; lo que permite un amplio uso como: promoción de productos, compras, noticias a todas las escalas, entre otros. Algunas opiniones al respecto:

*“Utilizo **Facebook** porque aún conserva la modalidad de informarnos y mantenernos informados, es una plataforma que muestra la diferencia entre la forma de pensar en nuestro intercambio cultural, porque interactuamos de manera positiva y comunicativa.”. E15*

*“La red social que más utilizo es **WhatsApp** debido a que soy emprendedora, ya que me ayuda a comunicarme con el cliente, saber sus necesidades y aclararle sus dudas”. E14*

De manera combinada está el uso de las redes de **Facebook** y **TikTok**, **WhatsApp**, **Facebook** e **Instagram** con el 5%, ya que son plataformas con las que se genera mayor interacción con el público. El argumento de uso es:

“Facebook y Tik Tok son plataformas con las que se genera mayor interacción con el público. Son redes sociales, adictivas, ya que a la gente los usa con mayor frecuencia”. E16

“Uso WhatsApp, Facebook e Instagram, pero WhatsApp es la que principalmente utilizo ya que me comunico con amigos familiares y demás, por la facilidad de crear grupos para diversas actividades y en Facebook comparto memes y subo fotos; en Instagram, para videos, reels, sus historias y comunicarme con amigos”. E17

El análisis de las redes sociales revela un patrón de uso claramente dominado por plataformas de consumo rápido y alto contenido visual, siendo TikTok (37%) e Instagram (26%) las principales vías de interacción digital para los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo. Esto es un indicativo crucial para la carrera; ya que la apropiación de contenidos interculturales debe priorizar formatos cortos, creativos y de fácil viralización, basado en los argumentos de los estudiantes sobre entretenimiento, tendencias y expresión personal.

De tal manera que la preferencia por estas plataformas dinámicas, en contraste con el uso utilitario de **WhatsApp** y **Facebook** (11% cada una), reafirma que la estrategia más efectiva para abordar la complejidad de la interculturalidad es aquella que se integra en el contexto social y emocional del sujeto de estudio, transformando los temas de identidad y cultura (Eje 5) en narrativas digitales atractivas que fomenten la interacción real y la reflexión activa.

12.2.2 Percepciones de los estudiantes sobre las redes sociales y la interculturalidad

Las percepciones de los estudiantes sobre la Interculturalidad en las redes sociales representan un desafío fascinante. El hecho de consumir lo diverso y lo diferente a lo que se está acostumbrado, genera un choque emocional, las redes ofrecen una amplia gama de información intercultural, estando presente ya sea por medio de imágenes o videos.

El abordaje de la interculturalidad ha venido trascendiendo en el uso de estos medios masivos de información, ya que se comparte y se promueve la cultura, el lenguaje y tradiciones de sus lugares de origen y de otros países. Algunas percepciones de los estudiantes se manifiestan así:

“En la actualidad, pienso que la interculturalidad está más presente que nunca en nuestra sociedad, porque ahora con sólo un clic en un video o convivir virtualmente con una persona que sea de otro país o ciudad, puedes aprender acerca de las tradiciones, costumbres y todo lo que engloba la interculturalidad”. E6

“Estamos haciendo que la cultura de una comunidad o departamento promueva más visitas o el conocimiento de costumbres que no sabíamos usando las redes sociales”. E8

“Percibo que puede llegar a ser un arma de doble filo, porque hay muchos casos que se hacen burlas, memes y acoso por pertenecer a una cultura”. E 16

“Mi perspectiva es que las redes son muy buen medio para promover la interculturalidad, pero hay personas que no le sacan el máximo provecho”. E 15

“Las redes sociales ofrecen una amplia gama de información intercultural, pero nosotros somos quienes decidimos como la administramos en nuestra vida”. E3

“Últimamente he notado cierta desinformación sobre diferentes culturas”. E5

“En mi caso como artista puedo conectar con otros artistas, y así conocer de su cultura y tener es intercambio a través de las redes sociales”. E9

“Las redes sociales son un arma de doble filo, debido a la opinión distinta de cada uno como sociedad”. E11

“Algunas redes sociales ayudan a nuestro aprendizaje sobre otras culturas al utilizar las estas redes” E18

“Considero que muchas redes sociales (más no todas) están fuertemente asociadas a la interculturalidad”. E12

Estas percepciones confirman que las redes sociales funcionan como un espacio de intercambio cultural. Las plataformas como TikTok e Instagram han roto barreras geográficas, facilitando un acceso a las tradiciones, el arte y el lenguaje de las comunidades (“con un solo clic”), que promueve la interacción y el conocimiento.

Hay una recurrente mención a que las redes son un “arma de doble filo” es el hallazgo cualitativo central, señalando la promoción cultural con el peligro de la burla, la desinformación y el acoso. Por lo tanto, el principal desafío para la Comunicación para el Desarrollo no es solo aprovechar las redes para la difusión intercultural, sino también fomentar la crítica en los estudiantes capacitándolos para administrar la diversidad de contenidos de manera ética y responsable, transformando el choque cultural inicial en un aprendizaje constructivo.

12.2.3. Las redes sociales como herramienta para la promoción de la interculturalidad.

Las redes sociales son la herramienta más útil y eficaz para la promoción de la interculturalidad, gracias a su capacidad de alcance masivo para conectar e interactuar con personas de todo el mundo. Esto se debe a que existe libertad para difundir contenido, que, si se usa de manera correcta, brinda la oportunidad de conocer distintas culturas, lugares,

regiones, y países. La mayoría de las personas en todo el mundo tienen acceso a las redes sociales, lo que debe aprovecharse para publicar información precisa y llamativa que sirva para orientar y promover espacios de formación en temas de interculturalidad.

Además de aprender de nuevas culturas, las redes generan diálogos donde se pueden intercambiar datos e información y emitir percepciones, positivas o negativas de forma respetuosa; lo cual ayuda a promover el respeto de diferentes culturas. Un ejemplo claro es la difusión de arte y cultura, como la danza folclórica, donde se comparten presentaciones que permiten a personas de otros lugares conocer, divulgar lo que se está haciendo, facilitando un conocimiento mutuo. Algunas opiniones sobre las redes sociales como herramienta para promover la interculturalidad:

“Las redes son una herramienta útil, ya que la interculturalidad, de forma visual o escrita, nos permite conocer la historia y costumbres de otros países.” E1

“Es una manera de conocer diferentes culturas y es un poco más fácil al momento de viajar y visitarlos, ya tenemos una perspectiva de lo que vamos hacer e incluso ya llevamos planes por realizar”. E3

“Las redes sociales ayudan desde el sector turismo a promocionar sus diferentes paquetes de viaje” E6

“Considero que si es una herramienta muy útil para poder vivir la interculturalidad porque facilitan la comunicación y la interacción instantánea entre los usuarios y los diferentes culturas alrededor del mundo” E8

“Yo que practico danza folclórica, publico diferentes puestas en escena de mis presentaciones en redes sociales, y así mis amigos y más personas pueden ver el arte y la cultura que estoy haciendo, muchas personas que son de otros lados, me felicitan y me preguntan por lo que hago”. E9

“Las redes sociales pueden funcionar como un vehículo de nuestras culturas para lograr de forma más rápida lo que llamamos interculturalidad”. E12

“En las redes sociales nos encontramos rodeados de diferentes personas alrededor del mundo y, se dedican a promocionar las costumbres y tradiciones de otros países esto incrementa el turismo y crea interés en los usuarios sobre el contenido intercultural” E13

“La mayoría de las personas conectadas a una red de información donde podemos saber datos, curiosos, información, noticias, historias entre otros, pero hay que tener en cuenta la investigación ya que podemos caer en propagandas o información falsa, así que sí son herramientas útiles, sólo hay que tener cuidado y estar atentos a lo que vemos.” E17

Estos argumentos validan que las redes sociales constituyen una manera útil y eficaz para la promoción activa de la interculturalidad. La capacidad de alcance masivo, sumada a la libertad para compartir contenido visual (como lo difusión de danza folclórica y la promoción turística), facilita el conocimiento mutuo y rápido, lo cual es fundamental para generar diálogos y el fomento del respeto hacia otras culturas o regiones.

Este dinamismo comunicacional transforma la diversidad en una experiencia accesible y palpable. Sin embargo, la efectividad de las redes como herramienta de promoción depende del usuario. Cabe señalar que la utilidad solo se sostiene si se acompaña para asegurar que la información difundida sirva para orientar y formar, y no para caer en la propagación de desinformación o contenidos sesgado. Es importante destacar que las redes son un portal abierto al mundo cultural, pero su potencial formativo exige un uso consciente, ético y bien investigado.

12.2.3 Las redes sociales como alternativa para fomentar la interculturalidad

Las redes sociales son una alternativa esencial, y una excelente opción para fomentar la interculturalidad, debido a la evolución de la comunicación. Los espacios, las herramientas y la oportunidad para difundir, generar o crear contenido basado en el conocimiento y procedencia de las diferentes culturas, dándolas a conocer a través de reportajes, documentales o escritos que muestren calidad de contenido, o por medio de pequeños videos o reels:

“Se puede fomentar la interculturalidad a un campo más amplio de personas en un tiempo más reducido, lo que favorece considerablemente su desarrollo”. E9

“La interculturalidad se puede promover de muchas otras formas, no solo a través de las redes sociales, y no debemos olvidar las otras alternativas existentes”. E11

“Las redes pueden ser una gran alternativa (para promover la interculturalidad), pero teniendo en cuenta como se manejan las personas al día de hoy, debería ser una fuente principal de información”. E10

Es una alternativa para todas las personas que quieren conocer otras culturas a través de las plataformas digitales. Antes la alternativa era leer libros para conocer, ahora en las redes se encuentra la información y se facilita cómo llegar y que lugares visitar. Esta alternativa facilita la comunicación y el intercambio de ideas entre las culturas, permitiendo conocer idiomas, tradiciones, historias de vida para aprender y educar, algunos argumentos:

“Las redes sociales son como un superpoder para los comunicadores, permite que tu mensaje llegue a todos los rincones del mundo”. E3

“Existen grandes medios de comunicación, historiadores profesores, entre otros profesionales que han usado redes sociales para informar; la juventud convive más en línea con personas de diferentes culturas”. E14

“La evolución de la comunicación las redes nos permiten conocer el origen de otros lugares con culturas mixtas” E19

Con base a estos argumentos se afirma que las redes sociales han dejado de ser una simple alternativa para interculturalidad, consolidándose como el principal motor y espacio esencial de la comunicación en su evolución. Su eficiencia radica en la capacidad de reducir el tiempo y la distancia para difundir contenido (E9), permitiendo a los comunicadores pasar de la lectura pasiva (libros) a la creación activa de narrativas visuales (reportajes o reels).

Sin embargo, es sumamente importante mantener la perspectiva, reconociendo que, si bien las redes deben ser una fuente primordial de información, no deben opacar las modalidades de intercambio cultural no digitales (E11). Por lo tanto, el gran desafío para el profesional de Comunicación para el Desarrollo es capitalizar el “superpoder” de alcance global (E3) de estas plataformas, asegurando que la calidad del contenido esté a la altura de su difusión masiva para educar e informar sobre la diversidad cultural.

12.3 Proceso de interacción de la promoción intercultural en las redes sociales

12.3.1 Redes sociales que promocionan el contenido intercultural

Para los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo las redes sociales que promocionan el contenido intercultural se reflejan en el gráfico 5; ya que al ser aplicaciones sencillas de manejar las personas suelen publicar a través de ellas y encontrar una gran variedad de contenidos.

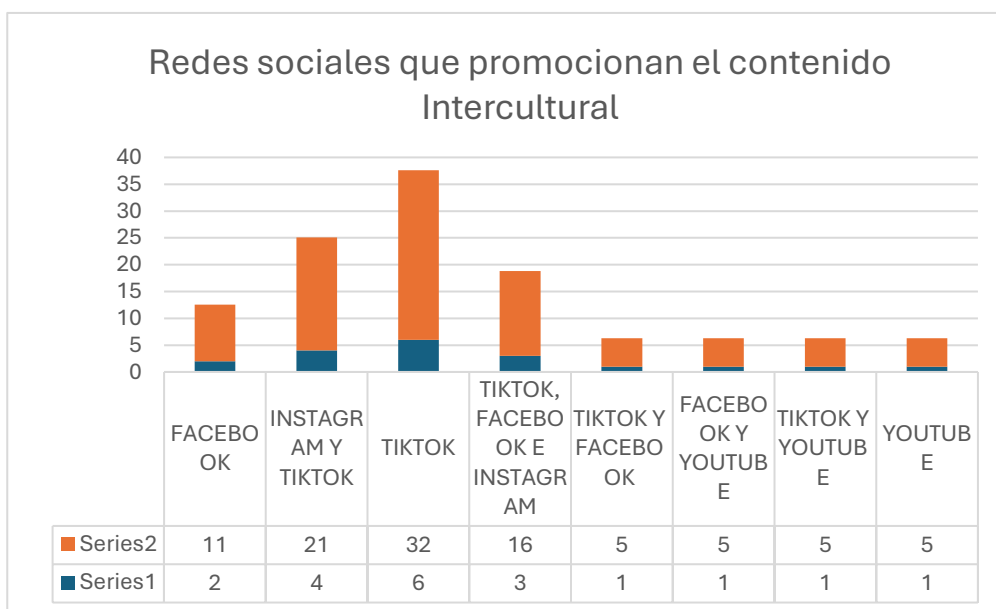


Ilustración 2 Redes que promocionan el contenido Intercultural

Fuente: Propia

Como se puede observar en el gráfico la Red social donde se promueve más la Interculturalidad es **TikTok** con el 32%, porque muestra una gran variedad de lugares, costumbres y experiencias al ser una red que es vista en muchos países es la principal herramienta de publicidad de contenido, y promover la interculturalidad a través de ella es la mejor elección. Algunas opiniones al respecto:

“En TikTok (se promueve más la interculturalidad), ya que tiene mayor acceso a personas de diferentes países y edades”. E10

“Es una red social muy amplia dónde millones de personas publican contenido con diferentes enfoques, lo que me permite conocer sobre la cultura de otra región u otro país en base a la perspectiva de muchas personas en línea”. E11

Instagram y TikTok se muestran con el 21%, estos comparten el formato de videos e historias, donde es más fácil promover la interculturalidad desde distintos aspectos como lo son la gastronomía y tradiciones que tiene cada país. Algunos argumentos al respecto:

“TikTok e Instagram son las redes que promueven contenido intercultural, por lo que ellos mismos sugieren contenido intercultural para consumirlo, o ya sea rechazarlo”.
E16

“Son las más descargadas en la actualidad, y mediante trends de maquillaje, música, dibujos, libros, la interculturalidad brilla con distintas características”. E5

“Al ser aplicaciones sencillas de manejar, las personas suelen publicar Y Podemos encontrar una gran cantidad de contenido intercultural”. E13

La plataforma de **Facebook** con el 11% refleja el uso para la promoción de contenidos interculturales siendo la red más intuitiva para alfabetizar sobre las culturas y promover de una u otra manera como conocer el mundo que por medio de historias y anuncios promociona la cultura. Algunos argumentos al respecto:

“Porque se comparten más videos que brindan la oportunidad de conocer nuevos lugares, nuevas personas, nuevas culturas y tradiciones”. E7

“Una forma en la que se genera el contenido es a través de videos, imágenes y otras formas informativas que se comparten a través de estas”. E9

El 5% corresponde a las redes menos usadas para promocionar la interculturalidad por los estudiantes es la red social de **YouTube**, a pesar de que es completamente amplia en cuanto a recursos de información para conocer e investigar sobre la interculturalidad mediante videos, cortometrajes y películas, encontrando contenido completo e investigativo sobre todo para generar una opinión crítica y objetiva. Algunas opiniones:

“TikTok, Facebook Instagram, porque en estas las personas tratan de demostrar la diferencia de cada cultura”. E14

“Plataformas como TikTok, Instagram, Facebook, Twitter, sí promocionan, contenido intercultural, ya que el algoritmo de estas redes está construido para que este contenido se nos muestre de forma automática por la región o IP del dispositivo”. E15

“Entre las redes sociales que promocionan el contenido intercultural, tenemos TikTok, YouTube y Facebook, ya que al ser plataforma de video facilitan en la promoción intercultural”. E17

“Sin duda, estas redes sociales promocionan la interculturalidad, entre países hermanos, un ejemplo en el rally latinoamericano, ya que una de las actividades es realizar un video promoviendo algo acerca de la cultura”. E8

Las redes sociales promueven la interculturalidad a través de la interacción con personas de diferentes países y así mismo se promueve la diversidad de culturas, también facilita la interacción y el intercambio de tradiciones, valores y experiencias. Algunos algoritmos de las redes ayudan a dar más visibilidad a la interculturalidad, lo hacen de manera silenciosa; muchas veces los usuarios en la red no son conscientes de que indirectamente, promovemos la interculturalidad. Argumentos al respecto:

“Si consumimos un contenido intercultural, el algoritmo nos permitirá conocer más acerca de lo que consumimos”. E1

“Si considero que las redes sociales Promueven la interculturalidad porque es una forma de intercambiar ideas, valores y conocimientos”. E3

“En el mundo digital están presentes demasiadas culturas, tradiciones, música, que nos enseña cosas que fuera de nuestro país o ciudad, no sabemos”. E5

“Ellos promueven mucho, pero nosotros como jóvenes, preferimos consumir otro tipo de información”. E7

“Las redes promueven la interculturalidad, porque el algoritmo nos conecta según la ubicación de nuestro dispositivo, nos muestra contenido relacionado con la interculturalidad a veces, aunque el usuario no lo consuma”. E15

“Si ya que son redes sociales utilizadas a nivel mundial, donde podemos encontrar contenido, muy variados”. E17

“Si es una manera que las personas conozcamos sobre las culturas de otros pueblos”. E19

El análisis de las redes sociales para la promoción intercultural revela una alineación entre las preferencias de consumo de los jóvenes y la lógica de algorítmica de las plataformas. El dominio de TikTok (32%), junto a la combinación de TikTok e Instagram (21%), hace énfasis que el contenido intercultural más efectivo es el que se presenta en formato de video corto, visualmente atractivo y de fácil viralización.

Se identifica que estas redes facilitan la difusión masiva de experiencias, costumbres, gastronomía, superando incluso a plataformas de contenido más profundo como YouTube (5%) en términos de visibilidad y acceso. De igual manera se potencia por los algoritmos, los cuales, exponen a los usuarios a la diversidad cultural, incluso sin una búsqueda consciente.

Sin embargo, la efectividad de esta promoción exige que los comunicadores asuman la responsabilidad de generar contenido de alta calidad y precisión, ya que la visibilidad automática conlleva el riesgo de la desinformación si el usuario, como se argumenta, prefiere consumir otros tipos de información.

12.3.2 Red social más utilizada para la promoción intercultural

En el siguiente gráfico muestra que las redes sociales más utilizadas para la promoción intercultural es el **TikTok** con el 53%, y el **Facebook (21%)** lo cual sigue reafirmando que es una información muy valiosa para las estrategias de trabajo a tomar en cuenta en el diseño de una propuesta para trabajar en este aspecto.

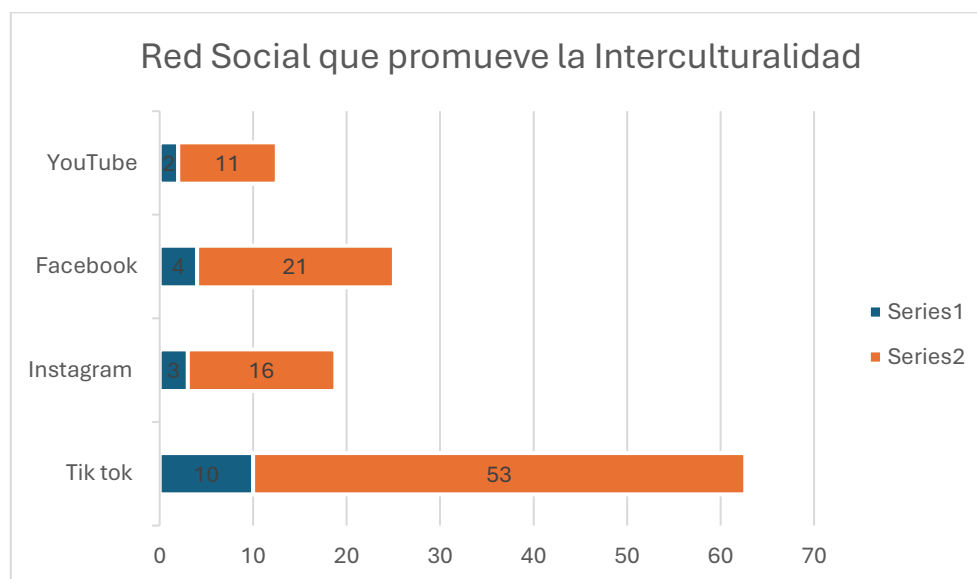


Ilustración 3 Red Social que promueve la Interculturalidad

Fuente: Propia

El **TikTok** se considera la red más descargada y utilizada por la mayoría de países, con sus tendencias que en algunos casos se promueve el orgullo patriótico y se comparte la vida, orígenes y cultura de cada región o país. Es considerada de tener mucho alcance y hace recomendaciones de contenido intercultural; y la población de todas las edades dedican la gran cantidad de tiempo a consumir videos. Algunas opiniones al respecto destacan que:

“Considero que es TikTok, porque es una red con gran alcance a nivel global”. E7

“Es una plataforma que está visible para todo tipo de público y es donde más se puede publicar sobre cultura, es una red donde la gente está navegando todo el tiempo”. E13

“Se le ha dado visibilidad a muchos creadores de contenido locales que se dedican a diferentes rubros entre ellos: promover diversas culturas en nuestro país , al igual creadores extranjeros”. E15

Por su parte **Facebook** con el 21% es más utilizada por personas adultas y esto permite que ellos cuenten sus vivencias llenas de historia y puedan compartir con las pocas generaciones que utilizan esta red fotografías e historias de vida, esta red es única se enfoca en canales que promueven historia de comunidades, barrios, gustos e ideologías. Algunos argumentos al respecto:

“Facebook nos mantiene al tanto de todo”. E19

“Considero que es Facebook, ya que así se pueden compartir videos de larga duración”. E6

“Esto va a dependencia de la edad de la persona, si es un adulto mayor de 40 años sería Facebook, pues es la red social a la que tienen mayor acceso”. E10

Instagram muestra el 16% y **YouTube** el 11%, en estas se encuentra contenido muy amplio, pero también tiene su contra porque no se sabe si es información falsa o real con todo el avance que ha tenido la inteligencia artificial, es capaz de crear video a través de estas plataformas y las personas así a utilizan. Algunas opiniones:

“Pienso que YouTube es una plataforma con calidad que muestra de manera concisa sobre los escenarios de cada país, continente o región”. E9

“Instagram me parece que es utilizada para promocionar la diferentes culturas. El poder publicar historias, reels, videos e imágenes la hace la más utilizada”. E12

Se puede afirmar que las redes sociales han evolucionado de ser una simple alternativa a consolidarse como el espacio esencial y motor principal para la difusión e interacción cultural. También destaca la preferencia de plataformas de consumo rápido de alto impacto, como TikTok e Instagram, demuestra que el contenido más efectivo para abordar la interculturalidad es aquel que se integra en el contexto social y emocional del usuario, priorizando formatos cortos y creativos.

Sin embargo, este alcance masivo representa un paradigma de doble filo: si bien el fenómeno algorítmico facilita una exposición constante a la diversidad cultural, también intensifica los riesgos de desinformación, choque emocional y acoso. Por lo tanto, el desafío no es solo capitalizar la visibilidad algorítmica para la promoción, sino asegurar que esta difusión se realice con una vigilancia ética y una calidad de contenido rigurosa transformando la interacción pasiva en un proceso de aprendizaje intercultural consciente, responsable y constructivo.

12.3.3 Experiencias de los estudiantes sobre el dialogo intercultural en las redes sociales

Las experiencias de los estudiantes en las redes sociales sobre el diálogo intercultural, ha sido exitoso, logrando conocer otras culturas, regionales e internacionales. La convivencia se facilita gracias a la excelente manera para comunicarse utilizando las redes sociales que están al alcance de todas las personas que cuentan con dispositivos inteligentes.

Estas experiencias se han vivido a través de campañas de gobierno, actividades extracurriculares como el Programa de Intercambio Académico Latinoamericano PILAS, Programa Interinstitucional para el Fortalecimiento de la Investigación y el Posgrado del pacífico DELFIN, debates, conversatorio, reportajes desde las comunidades, desde el contenido generado a través de las fotografías entre otros. Estas experiencias permiten generar emociones y crear conciencia sobre la rica diversidad intercultural del contexto. Algunas opiniones al respecto:

“Una de las experiencias que he tenido es el festival cultural que realizamos al final del semestre, este nos permite conocer más acerca de las diferentes culturas de los países”. E1

“He conocido algunos platillos típicos de México, Colombia, Ecuador, España, Bolivia entre otros lugares”. E2

“He tenido la oportunidad de relacionarme con gente de varios países Perú, México, Guatemala, Facebook e Instagram lo hicieron posible, logré conocer más de otras culturas”. E3

“He podido realizar reportajes desde mi comunidad”. E5

“Soy comunicador y fotógrafo, gracias al contenido que he generado, he establecido charlas con clientes y personas de otros países”. E15

“Por medio de la red de TikTok, tuve una interacción con una maestra de Colombia, quien me contaba cómo es la modalidad de estudio en Colombia, y cómo es la educación desde pequeños”. E14

“ Pude conocer la cultura de 3 países cuba, Nicaragua, Venezuela, esto me permitió darme cuenta lo afortunado que son por contar con una diversa tradición, gastronomía y costumbres”. E18

“Me gusta interactuar por medio de live en TikTok, preguntarles a las personas sobre sus culturas”. E19

Las experiencias de los estudiantes confirman que el dialogo intercultural mediado por las redes sociales es catalogado como exitoso y altamente facilitador de la convivencia y el conocimiento de culturas, tanto a nivel regional como internacional. La efectividad de este diálogo reside en las actividades académicas formales (como el programa PILAS y los festivales culturales) y de la interacción espontánea generada por el propio estudiante (reportajes comunitarios, intercambio con docentes extranjeros y el uso de lives en TikTok).

Esta dinámica digital no se limita a la mera recolección de datos, sino que se traduce en emociones y la creación de conciencia sobre la riqueza de tradiciones, gastronomía, sistemas educativos y arte. En resumen, las redes sociales han fortalecido la vivencia intercultural, consolidando la capacidad del estudiante de Comunicación para el Desarrollo para generar su propia narrativa, conectar con audiencias globales y transformar la diversidad en una experiencia educativa y personal tangible.

12.3.4 Habilidades necesarias de los estudiantes para el uso de redes sociales en proyectos de interculturalidad

Un comunicador para el Desarrollo debe contar con habilidades específicas para transmitir mensajes de manera veraz y adaptada a los distintos formatos, contextos sociales, contextos demográficos; sobre todo promoviendo actividades culturales y espacios de

libertad de expresión. La originalidad en un mundo tan saturado permite que más personas se unan a un mensaje que se transmite con sentimientos y la interculturalidad se mire desde los ojos transformadores y con una visión de progreso, con las redes sociales, esto es algo posible. Algunas habilidades indispensables:

“Tener buena oratoria, redacción y aprender a organizar bien nuestras ideas nos ayuda a sacar lo máximo provecho a las redes sociales”. E4

“Buena comunicación”. E6

“Combinación de habilidades y estrategias creativas”. E7

“Promover la interculturalidad de manera más directa y no silenciosamente como estamos acostumbrados”. E10

“Como estudiantes de comunicación, debemos comprometernos a generar contenido, sano y ético”. E13

“Las habilidades que debemos tener como comunicadores son: 1. Amplio conocimiento de la investigación de manera adecuada para tener mejores resultados 2- El uso de plataformas digitales asegurándonos que sea información verdadera. 3- Leer revistas, libros para que tengamos una mejor idea de lo que queremos lograr”. E19

Con base a estos argumentos, las habilidades necesarias revelan que el comunicador para el desarrollo en el entorno digital debe poseer una competencia que trasciende la mera técnica de manejo de redes, enfocándose en la veracidad y la intencionalidad estratégica.

Se identifican como indispensables las habilidades de comunicación fundacionales (oratoria, redacción y organización de ideas), pero las vinculan a la generación de contenido sano y ético, y de tener un amplio conocimiento de la investigación. Este orden de habilidades posiciona la integridad intelectual como el pilar que debe sostener la creatividad y la adaptación a formatos visuales.

De igual manera impulsar la interculturalidad de manera directa y proactiva, superando la promoción silenciosa del algoritmo y transformando las redes en vehículos de progreso y conciencia, adaptados a los distintos contextos sociales y demográficos.

12.4 Interacción con propuestas comunicacionales de promoción de la interculturalidad.

Promover la interculturalidad desde una propuesta de comunicación es importante ya que permite apreciar las distintas voces y perspectivas que conforman nuestra herencia literaria, donde se promueven valores artísticos, culturales y el respeto a la diversidad étnica, lingüística y cultural. Además de fomentar un diálogo intercultural significativo entre las diversas comunidades, fortaleciendo el diálogo y la convivencia en diversidad. Estas iniciativas a menudo incluyen lecturas y discusiones que reflejan la rica diversidad cultural, tomando en cuenta espacios de intercambio, donde la interculturalidad en lugar de dividirnos nos ha unido. Algunas interacciones al respecto:

“comunicación que promueven la interculturalidad en el contexto de la Literatura Latinoamericana y Caribeña” D1

“programas radiales y televisivos a través de los cuales se promueven las costumbres, tradiciones” D2

“realice un intercambio académico en Panamá en 2019, con estudiantes y autoridades de la universidad Nacional de Panamá. Esta experiencia fue enriquecedora ya que nuestros hermanos centroamericanos nos acogieron con mucha integridad, mostrándonos la parte real y compleja de su sociedad”. D5

“He interactuado con propuestas promueven la interculturalidad, en actividades académicas y comunitarias donde se integran diversas expresiones culturales, formas de comunicación y lenguajes propios de cada territorio”. D6

12.4.1 Propuesta comunicacional efectiva para estudiantes de la carrera Comunicación para el Desarrollo.

Las propuestas comunicacionales tienen que tener objetivos claros, para lograr su efectividad, en este caso una propuesta efectiva para los estudiantes de la carrera de

Comunicación para el Desarrollo en la UNAN Managua CUR Estelí, podría ser un programa de talleres participativos que integren el uso de medios digitales y tradicionales creación de campañas de sensibilización sobre temas con relacionados con la interculturalidad, dirigir conceptos claves a través de formatos digitales dinámicos y creativos, en procesos de comunicación horizontal; promoviendo un enfoque dialógico, participativo y territorial. Mediante la obtención de resultados se conoció que algunas propuestas comunicacionales podrían ser las siguientes:

“Talleres podrían enfocarse en la creación de campañas de sensibilización sobre temas relevantes para la comunidad, como la sostenibilidad, la igualdad de género y la promoción de la cultura local”. D1

“Una propuesta comunicacional que con la que se haga uso de las redes sociales en tendencia”. D2

“Programa de intercambio de las experiencias, fomento de espacios online que promuevan la importancia de interculturalidad”. D5

“Una propuesta comunicacional efectiva seria aquella que incorpore lenguajes locales, saberes ancestrales, narrativas territoriales, arte tradicional y nuevas narrativas juveniles”. D6

“Considero que se podría elaborar una planificación que incluya la creación de contenido para redes sociales, con mayor énfasis en material audiovisual”. D7

12.4.2 Contenidos relevantes para el diseño de una propuesta comunicacional en la promoción de la interculturalidad.

En el grupo focal emergió un amplio conocimiento sobre la interculturalidad, los docentes manifestaron ideas sobre contenidos de relevancia para proponer una estrategia comunicación considerando que relevante que la teoría de la comunicación intercultural, estudios de caso, talleres prácticos, narrativas culturales, son herramientas que ayudan a

fortalecer estos espacios de crecimiento para los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo; debido a que interactúan con poblaciones provenientes de diferentes etnias. Además, integrar contenidos que posibiliten la comprensión crítica y vivencial de la diversidad cultural. Entre los contenidos más pertinentes destacan:

“1. Identidad y diversidad cultural Conceptos de cultura, identidad, territorio y multiterritorialidad Reconocimiento de prácticas, creencias, símbolos y lenguajes propios Respeto a las distintas formas de ser y estar en comunidad 2. Cosmovisiones y saberes ancestrales Prácticas comunitarias Medicina ancestral y espiritualidad Saberes campesinos e indígenas 3. Historia y memoria territorial Narrativas comunitarias Patrimonio cultural material e inmaterial Relatos de resistencia y organización social”. D6

“Destacar experiencias exitosas de miembros de la comunidad universitaria relacionadas a la convivencia e interculturalidad”. D7

12.4.3 Público meta de la propuesta comunicacional

A partir del grupo focal aplicado a los docentes se identificó la sub categoría de público meta, entendida como el grupo de personas que serán receptores de información a través de la estrategia comunicacional, entre ellos se resalta que el público meta deberían de ser los niños y jóvenes, para trabajar con estas generaciones el respeto, tolerancia y reconocimiento de otras culturas para que en un futuro tengan una mejor forma de compartir y de convivencia entre sí.

“el público meta serian actores populares y culturales, docentes, comunicadores, colectivos artísticos y facilitadores de espacios formativos”. D1

“A todos los niños, jóvenes y adultos”. D2

“Estudiantes universitarios y docentes”. D3

“ A todos nicaragüenses que tenga la necesidad de seguir aprendiendo cada día sobre la importancia de la interculturalidad”. D7

12.4.4 Formas de evaluación de la efectividad de la propuesta comunicacional

A partir del instrumento aplicado se identificaron diversas perspectivas de como evaluar la propuesta comunicacional orientada a la promoción de la interculturalidad, tomando en cuenta la creatividad y el contenido de la propuesta y de la manera en que se divulgue, las respuestas reflejan una comprensión equilibrada. En maneras de evaluación se podrían considerar las siguientes:

“ Encuestas y cuestionarios, grupos focales, análisis de participación, producción de contenido, seguimiento a largo plazo”. D1

“ Con observación a la comunidad, evaluaciones grupales e instrumentos psicológicos”. D4

“De manera cualitativa, con indicadores claros, podrían medir resultados visibles, sino comprender cómo la propuesta fortaleció el diálogo intercultural, el reconocimiento de saberes territoriales y la participación comunitaria, promoviendo aprendizajes significativos para los estudiantes y los protagonistas del territorio”.D6

“Primeramente, con la definición de indicadores cualitativos y cuantitativos y posteriormente con la ejecución de acciones de monitoreo y seguimiento con fines de mejora”. D7

12.4.5 Estrategias educativas que utiliza la universidad para fomentar la interculturalidad en los estudiantes.

Los docentes reconocen que la universidad fomenta la interculturalidad desde la dimensión curricular, a través de los diferentes espacios que promueve mediante diversas estrategias educativas, así como metodologías participativas que promueven el diálogo entre saberes.

“currículo inclusivo, intercambio cultural, actividades extracurriculares, formación del personal y proyectos de servicio comunitario”. D1

“la aceptación y el involucramiento de todos los estudiantes en un aula de clase independientemente de su procedencia, de sus costumbres, de sus prácticas, de sus creencias, desde los grupos artísticos y a través del arte de la pintura”. D2

“Dirigiendo las actividades de aprendizaje de los contenidos en las líneas de promoción de la interculturalidad”. D3

“Contribuyendo a la educación integral de la sociedad nicaragüense”. D5

“Desarrollando proyectos e investigaciones que valoran las identidades territoriales”. D6

“Reconociendo a los pueblos originarios y afrodescendientes y mestizos de las Regiones Autónomas”. D7

En la siguiente tabla se muestra la propuesta de un plan comunicacional digital titulado “jóvenes empáticos, interculturalidad que trasciende” esta propuesta integra elementos esenciales como: objetivos, estrategias, actividades, técnicas, público meta y tiempo de ejecución, con el propósito de orientar la futura implementación del plan estratégico comunicacional.

Tabla 2 Plan estratégico de comunicación

Estrategia	Objetivos	Actividades	Técnicas	Recursos	Población meta	Actores involucrados	Tiempo de ejecución
<p>Campaña de sensibilización sobre la interculturalidad, en contenidos verticales (TikTok/ Reels).</p>	<p>Fomentar una relación inclusiva en promoción de la interculturalidad en los estudiantes universitarios.</p>	<p>Integración de redes sociales en la creación de contenidos que promuevan la interculturalidad.</p>	<p>Diseño de página web, como medio de difusión de la promoción intercultural.</p>	<p>Humanos: Comunicador para el desarrollo Marketing y relaciones publicas Diseñador gráfico Trabajador social.</p>	<p>Estudiantes universitarios, docentes de la carrera comunicación para el desarrollo.</p>	<p>Especialistas en temas de comunicación e interculturalidad.</p>	<p>Meses del año 2026.</p>
<p>Programas de intercambios online donde se fomenten las experiencias entre estudiantes y comunidades.</p>	<p>Promover la integración de medios digitales como la principal alternativa para abordar temas interculturales.</p>	<p>Uso de redes sociales para generar conversaciones interculturales entre diferentes culturas.</p>	<p>Creación de Imagotipos, isotipos e isologos que tengan impacto emocionalmente.</p>	<p>Materiales/Técnicos: Paquetería de adobe premiere, teléfonos inteligentes, equipos de comunicación (radios, micrófonos,</p>	<p>Niños, jóvenes y adultos interesados en temas de interculturalidad.</p>		

Estrategia	Objetivos	Actividades	Técnicas	Recursos	Población meta	Actores involucrados	Tiempo de ejecución
				<p>cámaras de video y fotografía)</p> <p>Material didáctico (plastilina, papel constructor, hojas blancas y de colores, foami, marcadores, colores, tijeras, pinturas).</p>			
<p>Documentar experiencias y desafíos interculturales relevantes mediante interacción con distintos grupos seleccionados demográficamente de una misma región.</p>	<p>Visibilizar experiencias que motiven y aseguren un impacto.</p>	<p>A través de recursos capturados que se adapten al desarrollo integral y valores universales que fortalecen la comunicación para el desarrollo.</p>	<p>Producción cinematográfica, con edición real y sentimientos empáticos.</p>	<p>Financieros (transporte, hospedaje, alimentación, honorarios).</p>			

Estrategia	Objetivos	Actividades	Técnicas	Recursos	Población meta	Actores involucrados	Tiempo de ejecución
Estrategias claras y efectivas que permitan el diálogo inclusivo entre culturas.	Crear métodos que permitan promover el diálogo inclusivo e intercultural.	Talleres sobre diversidad cultural, donde se promueva un pensamiento crítico. Formulación de proyectos que permitan el dialogo inclusivo de la interculturalidad.	Role playing (escenarios de liderazgos interculturales). Plan de acción personal.				

12.4.6 Discusión de resultados

A continuación, se discuten los principales hallazgos a partir de los objetivos de la investigación, contrastándolos con los aportes teóricos y las categorías emergentes del análisis de resultados.

Los resultados evidencian que las redes sociales son sumamente importantes en el campo de la Comunicación para el Desarrollo, puesto que brindan estrategias y herramientas para estar en constante comunicación, además permiten relacionarse con contenidos interculturales, esto va más allá de ser una fuente de datos, también se enfocan en interacciones humanas, tal como lo plantea Juventud (2014), que una red social es un término usado para describir una variedad de plataformas, aplicaciones y tecnologías que permiten a las personas interactuar socialmente con otros a través de la web.

También se identificaron las redes sociales más utilizadas por los jóvenes universitarios, entre ellas se destacan: TikTok, Instagram, WhatsApp y Facebook, estas aplicaciones permiten a los jóvenes mantenerse en tendencia y estar actualizados día con día. En este sentido, los hallazgos reafirman la teoría de Juventud (2014), al señalar que estos medios sociales, permiten que los usuarios compartan experiencias, información y contenidos propios, fortaleciendo la comunicación digital como espacios de promoción intercultural.

En relación al segundo objetivo los hallazgos muestran el proceso de interacción de los estudiantes de comunicación para el desarrollo para la promoción intercultural en las redes sociales, debido a que son una alternativa esencial para fomentar la interculturalidad, compartir con diferentes usuarios, debido a la evolución de la comunicación, tal como se refleja en la teoría de la Universidad Pontificia Javierana Cali (2023), donde argumenta la interculturalidad como un intercambio y convivencia armoniosa entre personas de diferentes.

En este sentido se conoció que las redes sociales son un espacio de promoción de la interculturalidad, ya que a pesar de que esto representa un gran desafío, en el mundo digital se puede apreciar la interacción entre personas de diferentes países, lo que ha facilitado este proceso de interacción entre las diferentes culturas, al compartir intercambios de tradiciones, valores y experiencias. Lo que amplía la propuesta Sánchez (2023), donde afirma que las redes sociales son cruciales para la promoción intercultural debido a su doble función como

herramienta de interacción masiva y como plataforma de empoderamiento cultural, elementos esenciales para el campo de la Comunicación para el Desarrollo.

A través del grupo focal aplicado se conocieron las diferentes propuestas de los docentes expertos en contenidos de comunicación e interculturalidad, donde surgieron nuevas propuestas y estrategias comunicacionales a través de las diferentes percepciones para la promoción intercultural y fortalecer la propuesta de un plan comunicacional. Con objetivos claros y efectivos estos resultados se complementan con la teoría de Gómez (2025), donde plantea que la percepción es el proceso mediante el cual los seres humanos interpretan y organizan la información que reciben del entorno.

Asimismo, se identificaron las redes sociales como herramientas para crear contenidos inclusivos en entornos interculturales, mediante el uso de medios digitales y tradicionales, para la creación de campañas de sensibilización sobre temas relacionados con la interculturalidad, mediante procesos dinámicos de comunicación horizontal; promoviendo un enfoque dialógico, participativo y territorial. Esto se relaciona con lo expuesto por Maryuri (2023), quien argumenta que vivimos un mundo cada vez más globalizado, donde la comunicación intercultural se vuelve esencial para el éxito en entornos diversos. Además, se busca comprender las normas de comunicación, la sensibilidad al contexto cultural y el conocimiento de la jerarquía.

A partir de los resultados obtenidos a través de las percepciones compartidas por los participantes, docentes expertos en la comunicación e interculturalidad, se elaboró la propuesta de un plan de comunicación para la promoción de la interculturalidad a través de las redes sociales donde se refleja una clara integración con el enfoque participativo. En esta propuesta surge la necesidad de fortalecer la interculturalidad a través de la comunicación digital con un enfoque de diálogo inclusivo y participativo.

En conjunto, los resultados respaldan la teoría argumentada por Núñez, Hurtado, Loayza, & Ramírez, (2025), donde plantean que la tecnología digital es importante para favorecer la competencia intercultural, ya que puede lograr una mayor interacción entre personas de diferentes culturas, así como la conservación de los elementos culturales que la identifican. Pero también se revelan matices contextuales que generan la necesidad e importancia de conocer, compartir y promocionar la interculturalidad como un proceso educativo y comunicativo continuo, donde se promueve el respeto, la empatía y la valoración de la diversidad cultural a través de las tecnologías de la información y la comunicación.

13. Conclusiones

A partir del Análisis y la Discusión de resultados se plantean las siguientes conclusiones:

Se identificó una clara preferencia por los estudiantes en cuanto al uso de redes sociales para la promoción Intercultural, lo que refleja que el contenido más consumido es aquel que se integra de manera creativa, corto y dinámico. A pesar de la preferencia juvenil por redes en tendencia, Instagram y TikTok; es percibida como una red clave para la difusión de historias de vida, contenidos históricos de comunidades y como un espacio de interacción para audiencias con mayor edad. Se concluye que, más allá de la preferencia específica, las redes sociales han trascendido su función de ser una alternativa para consolidarse como el espacio para difusión e interacción cultural entre los estudiantes.

De acuerdo con los objetivos planteados, se concluye que la interacción Intercultural en redes sociales es percibida por los estudiantes como un proceso exitoso y altamente facilitador de la convivencia y el conocimiento cultural, tanto a nivel regional como internacional; se describe en actividades formales como: festivales, programas de intercambio como **PILAS - DELFIN**, continuando la dinámica de la generación espontánea de contenido por parte de los estudiantes, como lo son reportajes comunitarios, lives en TikTok, fotografías, Trends y otros; demostrando un rol proactivo del Comunicador en formación. El alcance masivo del algoritmo, si bien promueve la diversidad, intensifica el riesgo de desinformación, choque emocional y acoso en temas de interculturalidad, esto exige que el proceso de interacción se realice con una vigilancia ética y calidad de contenido riguroso, para transformar la exposición pasiva en aprendizaje consciente.

Finalmente, los resultados reflejan que La propuesta Comunicacional más efectiva, según la percepción docente, debe priorizar un enfoque dialógico, participativo y territorial, integrando el uso de medios digitales y tradicionales. El contenido de la propuesta debe ir más allá de la simple promoción, incorporando lenguajes locales, saberes ancestrales, narrativas territoriales, arte tradicional y nuevas narrativas juveniles, junto con la teoría de la Comunicación Intercultural y estudios de caso.

14. Recomendaciones

Las recomendaciones están dirigidas a las autoridades universitarias del Centro Universitario Regional Estelí, estudiantes y a las áreas correspondientes del este centro de estudios.

A las autoridades universitarias Centro Universitario Regional de Estelí (UNAN-Managua/CUR-Estelí)

1. Fomentar contenidos interculturales priorizando formatos cortos, creativos y de fácil viralización, basado en argumentos de los estudiantes sobre entretenimiento, tendencias y expresión personal.
2. Implementar la integración del plan comunicacional “jóvenes empáticos, interculturalidad que trasciende” como estrategia institucional.
3. Establecer plataformas digitales para promover el intercambio cultural a través de las redes sociales.

Coordinadores de la carrera

4. Implementación de estrategias formativas para fortalecer la crítica intercultural y el uso ético de contenidos digitales.

Estudiantes de Comunicación para el Desarrollo

5. Fortalecer la difusión de contenidos interculturales desde el Centro Universitario Regional.

Docentes y autoridades académicas

6. Implementar talleres artísticos y culturales para el reconocimiento de la diversidad intercultural universitaria.

Referencias bibliográficas

Bibliografía

(s.f.).

Rodríguez, M., & Mendivelso, F. (2018). DISEÑO DE INVESTIGACIÓN DE CORTE TRANSVERSAL. *Revista Médica Sanitas*, 141-146. doi:<https://doi.org/10.26852/01234250.20>

Aquino, L. (Dirección). (2021). *Representación gráfica de datos cualitativos* [Película]. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=IPWTK6D2Tck>

Araiza, V. A., & Medécigo, D. U. (2020). Cultura: un asunto de información y. *Estudio de las Culturas Contemporáneas*, 51.

Arteaga, G. (19 de Octubre de 2020). *testsiteforme*. Obtenido de https://www.testsiteforme.com/tecnica-de-procesamiento-y-analisis-de-datos/?utm_source

Arzate, M. D. (2017). Costa Caribe de Nicaragua: autonomía, interculturalidad,. *Revista Humanismo y Cambio Socia*, 78-96. Obtenido de <https://revistas.unan.edu.ni/index.php/Humanismo/article/view/1981>

Barrio, M. R., & Ley, C. (2012). LA PROMOCIÓN INTERCULTURAL A TRAVÉS DEL DEPORTE EN CONTEXTOS POSTBÉLICOS. *Dialnet*. Obtenido de file:///C:/Users/MSI17/Downloads/Dialnet-LaPromocionInterculturalATravesDelDeporteEnContext-4249802.pdf

concepto. ((s.f.)). *Concepto*. Obtenido de <https://concepto.de/red-social/>

Díaz Quichimbo, C. A. (2022). Las redes sociales para fomentar la interculturalidad en la educación superior. *Revista Andina de Educación*, 2-7. doi:<https://doi.org/10.32719/26312816.2022.5.1.10>

DIPRES. (Abril de 2019). *Asesorías para el Desarrollo*. Obtenido de Evaluación focalizada del ámbito de diseño.: https://www.dipres.gob.cl/597/articles-189331_informe_final.pdf?utm_source

Etecé, E. (21 de marzo de 2025). *Concepto*. Recuperado el 09 de Octubre de 2025, de <https://concepto.de/redes-sociales/>

Gómez, M. I. (19 de Agosto de 2025). *Concepto*. Obtenido de <https://concepto.de/percepcion/>

Hernández, F. y. (2014). *Metodología de la investigación sexta edición*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

- Hospina, L. F., Mejía, R., & Aliana Contreras, R. D. (2021). Evaluación de procedimientos empleados para determinar lapoblación y muestra en trabajos de investigación de posgrado. *Desafíos*, 51. doi:<https://doi.org/10.37711/desafios.2021.12.1.253>
- Jenatsch , T., & Bauer, R. (Julio de 2016). *Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE)*. (M. d. externos, Productor) Obtenido de file:///C:/Users/MSI17/Downloads/Communication-for-development-Manual_ES.pdf
- Juventud, O. V. (2014). (G. Vasco, Ed.) Obtenido de https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/observ_juv_otros_documentos/es_5986/adjuntos/juventud_y_tecnologias_de_la_informacion_c.pdf
- Martinez, C. (5 de Diciembre de 2011). *scielo*. Obtenido de <https://www.scielo.br/j/csc/a/VgFnXGmqhGHNMBsv4h76tyg/?format=pdf&lang=es>
- Martínez, D. V. (2022). Técnicas e instrumentos de recolección de datos en investigación. *TEPEXI Boletín Científico De La Escuela Superior Tepeji Del Río, IX(XVII)*, 38–39. doi: <https://doi.org/10.29057/estr.v9i17.7928>
- Mayuri, G. (18 de Diciembre de 2023). *LinkedIn*. Obtenido de <https://es.linkedin.com/pulse/bridging-cultures-estrategias-para-una-comunicaci%C3%B3n-exitosa-mayuri-7z4je>
- Medina, L. (2022). Entornos digitales. Descripción de hábitos y tendencias de uso de las herramientas tecnológicas. *Revista Investigium IRE: Ciencias Sociales y Humanas, XIII(2)*, 124-137. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8776206>
- Morales , F. (2021). *Studocu*. (U. T. Peru, Productor) Obtenido de <https://www.studocu.com/pe/document/universidad-tecnologica-del-peru/investigacion-academica/el-objetivo-de-la-investigacion-descriptiva-consiste-en-llegar-a-conocer-las-situaciones-costumbres-y-actitudes-predominantes-a-traves-de-la-descripcion-exacta-de>
- Nehuén, T. (24 de Marzo de 2024). *Definición de*. Obtenido de <https://definicion.de/dialogo-intercultural/>
- Núñez, M. I., Hurtado, C. L., Loayza, J., & Ramírez, Y. (1 de Junio de 2025). Percepción de tecnologías digitales y competencia intercultural en la educación universitaria. *Scielo*. doi:<https://doi.org/10.18861/cied.2025.16.1.3953>
- Ocampo Muñoa, M. G. (2021). Interculturalidad como principio rector del Sistema Educativo. *scielo.org.mx*, 39(156), 192–207. Obtenido de [scielo.org.mx: https://www.scielo.org.mx/pdf/peredu/v39n156/0185-2698-peredu-39-156-00192.pdf](https://www.scielo.org.mx/pdf/peredu/v39n156/0185-2698-peredu-39-156-00192.pdf)

- Peralta, I. A. (30 de Julio de 2025). Ciencia E interculturalidad. *Revsita para el Dialógo Intercientífico E Intercultural*, 2. Obtenido de <https://revistas.uraccan.edu.ni/index.php/CEI-Interculturalidad>
- Pruthi, S. (20 de Abril de 2024). *Mayoclinic*. Obtenido de <https://www.mayoclinic.org/es/about-this-site/meet-our-medical-editors>
- Real Academia Española. (01 de ENERO de 2024). *Diccionario de la lengua Española* . Obtenido de <https://dle.rae.es/cultura%20?m=form>
- Reisdigital. (5 de Septiembre de 2022). *Reisdigital*. Obtenido de Reisdigital: <https://reisdigital.es/definiciones/grupo-focal-definicion/>
- Rizo, R. A. (2010). *Prácticas de interculturalidad en procesos*. URACCAN, Puerto Cabezas, RAAN. Obtenido de <http://repositorio.uraccan.edu.ni/335/1/TESIS%20ROSA%20AURA.pdf>
- Salazar, E. V., & Gamboa, J. M. (16 de Noviembre de 2021). *La interculturalidad, perspectivas en el contexto latinoamericano*. doi:<https://doi.org/10.36955/RIULCB.2021v8n2.008>
- Saldaña, J. (2024). Plataformas digitales en la educación a distancia: Retos, Beneficios y Futuro. *Ciencia Latina*, VIII(VI). doi:<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/14986/21342>
- Sánchez, M. (24 de Febrero de 2024). *Dynamics & Learning*. Obtenido de https://dynamicsandlearning.com/es/post/impacto-redes-sociales-educacion-cultural/#google_vignette
- Sánchez, M. d. (14 de Mayo de 2023). *dynamicsandlearning*. Obtenido de <https://dynamicsandlearning.com/es/terms-and-conditions/>
- Santos, J. A. (2023). Propuesta de una relectura intercultural de la pedagogía de Paulo Freire. *ENFOQUES*, 2-27. doi:<https://doi.org/10.56487/enfoques.v35i1.1072>
- Stewart, L. (2025). Participantes en la Investigación | Definición & Como Encontrarles. *Atlas.ti*, 1. Obtenido de https://atlasti.com/es/research-hub/participantes-investigacion?utm_source=chatgpt.com
- StudySmarter. (s.f.). *StudySmarter*. Obtenido de <https://www.studysmarter.es/resumenes/estudios-de-medios/periodismo/contexto->
- Taylor, M. (27 de Septiembre de 2025). *surveyninja*. Obtenido de https://surveyninja.io/es/blog/thematic-analysis?utm_source=chatgpt.com#anchor_1
- Unan Managua. (22 de Mayo de 2024). *unan. edu. ni*. (E. U. UNAN-Managua, Editor) Obtenido de <https://www.unan.edu.ni/wp-content/uploads/PolíticaCalidad2024.pdf>
- UNAN Managua. (s.f). *UNAN Managua*. Obtenido de https://www.unan.edu.ni/wp-content/uploads/lineas_de_investigacion.pdf

- Universidad Andina Simón Bolívar Ecuador. (2022). Las redes sociales para fomentar la interculturalidad en la educación superior. *Revista Andina de Educación*, 2. Obtenido de <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rae/v5n1/2631-2816-rae-5-01-e106.pdf>
- Universidad Europea*. (2025). Obtenido de <https://universidadeuropea.com/blog/que-es-plan-comunicacion/>
- Universidad Pontificia Javierana Cali*. (12 de Diciembre de 2023). Obtenido de <https://www.javerianacali.edu.co/noticias/la-importancia-de-la-interculturalidad>
- Valle Taiman, A. (2022). *La Investigación Descriptiva con Enfoque Cualitativo en Educación*. San Miguel, Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú. Obtenido de <https://repositorio.pucp.edu.pe/server/api/core/bitstreams/20d5ac9a-57bf-42e9-966e-73c5aabbf95/content>
- Vásquez, C. (25 de julio de 2025). *Clientify*. Obtenido de Clientify: https://clientify.com/blog/marketing/recoleccion-de-datos-metodos-tecnicas-e-instrumentos#elementor-toc__heading-anchor-3
- Velázquez, A. (2025). *questionpro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-exploratoria/>
- Wilches, J. C. (2024). Interculturalidad: un cambio de perspectiva en la educación. *Portal de Revistas Científicas UP(49)*, 22-34. doi:<https://doi.org/10.48204/j.are.n49.a4591>

Anexos

Anexo 1. Cronograma de actividades

Cronograma de actividades

Percepciones de estudiantes de la Carrera de Comunicación para el Desarrollo sobre la promoción de interculturalidad en el uso de redes sociales, Durante el segundo del 2025.

Realizado por: María José Talavera Talavera y Angye Cristina Solano González

Tutora: MSC. Ana del Socorro Rizo Moreno

No.	Actividades	AGOSTO			SEPTIEMBRE				OCTUBRE					NOVIEMBRE	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
		15	22	29	5	12	19	26	3	10	17	24	31	7	14
1	Portada institucional														
2	Dedicatoria														
3	Agradecimiento														
4	Carta Aval del Tutor														
5	Resumen														
6	Índice														

No.	Actividades	AGOSTO			SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
		15	22	29	5	12	19	26	3	10	17	24	31	7	14
7	Introducción														
8	Objetivos y antecedentes														
9	Planteamiento del problema														
10	Justificación														
11	Limitaciones de estudio														
12	Supuestos básicos														
13	Categorías, temas y patrones emergentes de la investigación														
14	Preguntas de investigación														
15	Marco Teórico														
16	Diseño metodológico 16.1 Enfoque de investigación 16.2 Tipo de investigación 16.3 Muestra teórica y sujetos de estudio 16.4 Métodos, técnicas e instrumentos para la recolección de datos 16.5 Criterios de calidad aplicados 16.6 Métodos, técnicas e instrumentos para el procesamiento de la información														

No.	Actividades	AGOSTO			SEPTIEMBRE				OCTUBRE					NOVIEMBRE	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
		15	22	29	5	12	19	26	3	10	17	24	31	7	14
17	Análisis de resultados														
18	Conclusiones														
19	Recomendaciones														
20	Referencias														
21	Anexos														
22	Anexos (figuras, tablas, esquemas e instrumentos)														
23	Entrega de informe final de investigación (Borrador) para revisión por el Comité														
24	Incorporación de recomendaciones del comité al informe final														
25	Presentación de proyecto de investigación en jornada científica.														
26	Pre – defensa, recomendaciones técnicas y metodológicas														
27	Defensa final de informe de investigación														

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Entrevista semi estructurada para estudiantes

Estimados colegas comunicadores, somos estudiantes de quinto año de la carrera Comunicación para el Desarrollo, de la UNAN Managua CUR Estelí, estamos en el proceso de culminar la carrera con una investigación. Nuestro objetivo es analizar las percepciones de estudiantes de la carrera de comunicación para el desarrollo sobre el uso de redes sociales como herramienta para la promoción intercultural. Con estos aportes buscamos diseñar una metodología que aporte a la formación. Agradecemos de antemano su valiosa colaboración y el tiempo que dediquen para participar en la recolección de la información para completar esta investigación.

Dirigido a: estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo

Objetivo: Recopilar información sobre las percepciones de los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo sobre el uso de las redes sociales como herramienta para la promoción de la interculturalidad.

I. Datos Generales

Nombre del entrevistador:

Nombre del entrevistado:

Hora de inicio y hora de finalización:

Fecha: Carrera: Año de estudio: Sexo: Edad:

II. Percepciones, Comunicación para el Desarrollo, redes sociales e interculturalidad

1-¿Cuáles es la red social utiliza con más frecuencia? ¿por qué?

2-¿Cuáles son las percepciones que tiene sobre las redes sociales respecto a la interculturalidad?

3-¿Considera que las redes sociales son una herramienta útil para promocionar la interculturalidad? ¿por qué?

4-¿Cree que las redes sociales son una alternativa para fomentar la interculturalidad? ¿por qué?

III. Interacción entre usuarios a través de redes sociales, diálogo intercultural y educación intercultural

5-De las redes sociales que utiliza ¿Cuáles considera que promocionan el contenido interculturalidad?

6-¿Considera que las redes sociales promueven la interculturalidad?

7-¿Cuál considera que es la red social más utilizada para la promoción intercultural?

8-¿Cómo estudiante de comunicación que experiencias ha tenido a través de redes sociales en el dialogo intercultural?

9-Como comunicador en formación, ¿qué habilidades específicas cree que hacen falta para usar las redes sociales de manera efectiva en proyectos de interculturalidad?

Anexo 3. Validación de instrumentos



**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua
UNAN-Managua**

**Centro Universitario Regional de Estelí
UNAN-Managua/CUR-Estelí**

Modalidad de Graduación

Estimado(a) Docente: En el marco de la Modalidad de Graduación en la cual estamos desarrollando el proceso de investigación, nos dirigimos a usted considerando su experiencia profesional e investigativa para solicitar su valioso aporte en la validación de los instrumentos a utilizar en el proceso de recolección de la información.

Con el fin facilitar este proceso de validación, le facilitamos los detalles del tema, objetivos y la matriz de variables/categorías de la investigación, los instrumentos de recolección de datos a validar, el instrumento de validación y la propuesta de constancia de validación, esta última deberá ser firmada por usted, requisito indispensable que evidencia de este proceso.

A continuación, los detalles:

Tema:

Percepciones de estudiantes de la carrera Comunicación para el Desarrollo sobre el uso de redes sociales en la promoción de interculturalidad, en el segundo semestre 2025.

Objetivo General:

Analizar las percepciones de los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo sobre el uso de las redes sociales como herramienta para la promoción de la interculturalidad para el diseño de una propuesta que fortalezca el rol de comunicadores, durante el segundo semestre 2025.

Objetivos Específicos:

- 4- Identificar las redes sociales más utilizados por los estudiantes de Comunicación para el Desarrollo en relación con contenidos interculturales.
- 5- Describir el proceso de interacción de la promoción intercultural en las redes sociales.
- 6- Diseñar una propuesta de comunicación para promoción de la interculturalidad desde la percepción de los estudiantes en el uso de las redes sociales.

Autores: María José Talavera Talavera
Angye Cristina Solano González



Instrumentos de recolección de datos

Entrevista semiestructurada para estudiantes

Datos generales

Nombre del entrevistador:

Nombre del entrevistado:

Hora de inicio:

Hora de finalización:

Fecha:

Carrera:

Año:

Objetivo

Analizar las percepciones de los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo sobre el uso de las redes sociales como herramienta para la promoción de la interculturalidad.

Guía de preguntas

Redes sociales utilizadas:

1. ¿Cuáles son las percepciones que tiene sobre las redes sociales?
2. ¿Considera que las redes sociales son una herramienta útil para promocionar la interculturalidad?
3. ¿Cree que las redes sociales son una alternativa para fomentar la interculturalidad?
4. ¿Cree que las redes sociales son una alternativa para fomentar la interculturalidad?
5. ¿Cuáles son las percepciones que tiene sobre las redes sociales?
6. ¿Considera que las redes sociales son una herramienta útil para promocionar la interculturalidad?
7. ¿Cuál o cuáles son las redes sociales más utilizada para la promoción intercultural?
 - A. Proceso de interacción de la promoción de la interculturalidad

Instrumentos de validación ¹

Instrucciones

Le solicito que, a partir de un riguroso análisis de cada ítem del instrumento, considere si el contenido de este permite medir de manera adecuada lo que se ha propuesto. Para ello, le solicito que evalúe la suficiencia, claridad, coherencia y relevancia de cada ítem con relación al objetivo general del instrumento.

A continuación, se detallan los aspectos a considerar para cada criterio de evaluación:

Tipo de instrumento: Entrevista semiestructurada para estudiantes

N.º	Criterios	Descripción	1: Totalmente	2: En desacuerdo	3: Parcialmente	4: De acuerdo	5: Totalmente
1	Suficiencia	¿Evalúa el instrumento todos los aspectos relevantes del tema que se pretende medir?			X		
2	Claridad	¿Están los ítems del instrumento redactados de manera clara, concisa y comprensible?			X		
3	Coherencia	¿Existe una lógica interna entre los ítems del instrumento?				X	
		¿El orden en que se presentan los ítems del instrumento es adecuado?			X		
4	Relevancia	¿Los ítems del instrumento son relevantes para el contexto en el que se aplicará el instrumento, tomando en cuenta los objetivos de la investigación?					X
<p>Recomendaciones: Es importante revisar la redacción de las preguntas, ya que están escritas para brindar una respuesta dicotómica, si o no. Asimismo, revisar el orden de las preguntas de acuerdo con el orden de los objetivos, y organizar las preguntas por objetivos, para ello les propongo que ubiquen un tema y debajo las preguntas. Esto se hace, para garantizar que las preguntas tengan correspondencia con los objetivos. En la matriz de categoría tienen preguntas, que no están en los instrumentos, sobre todo las que responden al objetivo 2.</p>							

¹ Este instrumento de validación se usará de forma independiente para cada instrumento a validar (Entrevista, encuesta, hoja de observación, lista de cotejo, entre otros)

Grupo focal para docentes

Datos generales

Nombre del docente:

Hora:

Fecha:

Carrera:

Año:

Objetivo

Analizar las percepciones de los docentes sobre el uso de las redes sociales como herramienta para la promoción de la interculturalidad para el diseño de una propuesta que fortalezca el rol de comunicadores, en la UNAN Managua CUR Estelí.

Guía de preguntas

Ubicar los temas y debajo de cada tema las preguntas correspondientes:

1. ¿Cuáles son las percepciones que tiene sobre las redes sociales?
2. ¿Considera que las redes sociales son una herramienta útil para promocionar la interculturalidad?
3. ¿Cree que las redes sociales son una alternativa para fomentar la interculturalidad?
4. ¿Cree que las redes sociales son una alternativa para fomentar la interculturalidad?
5. ¿Cuáles son las percepciones que tiene sobre las redes sociales?
6. ¿Considera que las redes sociales son una herramienta útil para promocionar la interculturalidad?
7. ¿Cuál considera que es la red social más utilizada para la promoción intercultural?

Instrumentos de validación ²

Instrucciones

² Este instrumento de validación se usará de forma independiente para cada instrumento a validar (Entrevista, encuesta, hoja de observación, lista de cotejo, entre otros)

Le solicito que, a partir de un riguroso análisis de cada ítem del instrumento, considere si el contenido de este permite medir de manera adecuada lo que se ha propuesto. Para ello, le solicito que evalúe la suficiencia, claridad, coherencia y relevancia de cada ítem con relación al objetivo general del instrumento.

A continuación, se detallan los aspectos a considerar para cada criterio de evaluación:

Tipo de instrumento: **Grupo focal para docentes**

N.º	Criterios	Descripción	1: Totalmente	2: En desacuerdo	3: Parcialmente	4: De acuerdo	5: Totalmente
1	Suficiencia	¿Evalúa el instrumento todos los aspectos relevantes del tema que se pretende medir?			x		
2	Claridad	¿Están los ítems del instrumento redactados de manera clara, concisa y comprensible?			x		
3	Coherencia	¿Existe una lógica interna entre los ítems del instrumento?				x	
		¿El orden en que se presentan los ítems del instrumento es adecuado?			x		
4	Relevancia	¿Los ítems del instrumento son relevantes para el contexto en el que se aplicará el instrumento, tomando en cuenta los objetivos de la investigación?					x
<p>Recomendaciones: Sería las mismas sugerencias de brinde a la guía de preguntas de los estudiantes: Es importante revisar la redacción de las preguntas, ya que están escritas para brindar una respuesta dicotómica, si o no. Asimismo, revisar el orden de las preguntas de acuerdo con el orden de los objetivos, y organizar las preguntas por objetivos, para ello les propongo que ubiquen un tema y debajo las preguntas. Esto se hace, para garantizar que las preguntas tengan correspondencia con los objetivos. En la matriz de categoría tienen preguntas, que no están en los instrumentos, sobre todo las que responden al objetivo 2.</p>							

Constancia de validación

A través de la presente, hago constar que se validó los instrumentos de investigación acerca del trabajo de tesis Percepciones de estudiantes de la carrera Comunicación para el Desarrollo sobre el uso de redes sociales en la promoción de interculturalidad, presentado por María José Talavera Talavera y Angye Cristina Solano González, identificada con número de cédula 161-050402-1014D, 161-171203-1010W, para optar al grado de Licenciadas en Ciencias de la Educación con mención en Comunicación para el Desarrollo

Por tanto, hago constar que los instrumentos descritos fueron revisados y corregidos, dando a conocer respectivas observaciones de mejora. Estos cumplen con los requisitos requeridos para que puedan aplicarse y ser expuesto ante el tribunal designado para tal efecto.

Opción de aplicabilidad:

Aplicable ()

Aplicable después de corregir (x)

No aplicable ()

Extiendo la presente en la ciudad de Estelí, a los once días del mes de octubre del año dos mil veinte cinco.

Dra. Sonia María Orozco Hernández

Docente Titular con Doctorado

UNAN-Managua/CUR-Estelí

Email: sorozco@unan.edu.ni; teléfono: 82678891

Anexo 4. Fotos del proceso de aplicación de instrumento



Figura 1.



Figura 2.



Figura 3.



Figura 4.



¡Universidad del Pueblo y para el Pueblo!



