

PODIUM

Revista de Ciencia y Tecnología en la Cultura Física

Volumen 21 | 2026

Universidad de Pinar del Río "Hermanos Saíz Montes de Oca"



Artículo original

Regularidades de la identidad cultural y digital en estudiantes de cultura física

Regularities of cultural and digital identity in Physical Culture students

Regularidades da identidade cultural e digital em estudantes de cultura física

Ernesto Nápoles Robles^{1*} , Ramiro Andrés Correa Contento² , Nancy Ricardo Domínguez³ ,
Isabel Pérez Hernández⁴ 

¹Universidad de Holguín, Holguín, Cuba.

²Universidad Nacional de Loja-Ecuador, Ecuador.

³Universidad de Santiago de Guayaquil, Ecuador.

⁴Universidad de Pinar del Río “Hermanos Saiz Montes de Oca”, Pinar del Río, Cuba.

*Autor para la correspondencia: ernesto.napoles@unini.edu.mx

Recibido: 28/05/2025

Aprobado: 08/05/2026



RESUMEN

El presente artículo tuvo como objetivo revelar las regularidades existentes entre el uso de las redes sociales, la construcción de la identidad digital, la promoción de las tradiciones y su influencia en la consolidación de la identidad cultural en los estudiantes de 1^{er} y 2^{do} años de la carrera de Cultura Física y Deporte, del Instituto Superior de Ciencias de la Educación del municipio Lubango, de la República de Angola. En esta investigación, se asumió el paradigma sociocrítico; se utilizó el enfoque metodológico mixto, debido a la combinación de diferentes métodos como la encuesta y la entrevista, para el proceso de recogida de datos y la estadística descriptiva en la interpretación de los resultados. Los principales resultados revelados en la investigación radicarón en determinar que la frecuencia de conectividad de los estudiantes en las redes sociales fue alta; que las redes sociales más utilizadas fueron WhatsApp, Facebook, Instagram, TikTok y Google; y que los niveles de conectividad y las plataformas de mayor interacción estudiantil fueron utilizados mayoritariamente, para exaltar elementos artístico-culturales extranjeros.

Palabras clave: cibercultura, ciberespacio, identidad cultural, identidad digital, redes sociales

ABSTRACT

This article aimed to reveal the patterns between social media use, the construction of digital identity, the promotion of traditions, and their influence on the consolidation of cultural identity among first- and second-year students of Physical Culture and Sports at the Higher Institute of Educational Sciences in Lubango, Angola. This research adopted a socio-critical paradigm and employed a mixed-methods approach, combining data collection methods such as surveys and interviews, and descriptive statistics for interpreting the results. The main findings revealed that students frequently used social media; that the most frequently used platforms were WhatsApp, Facebook, Instagram, TikTok, and Google; and that the platforms with the highest levels of student interaction were primarily used to highlight foreign artistic and cultural elements.



Keywords: cyberculture, cyberspace, cultural identity, digital identity, social networks

RESUMO

Este artigo teve como objetivo revelar os padrões entre o uso das redes sociais, a construção da identidade digital, a promoção de tradições e sua influência na consolidação da identidade cultural entre alunos do primeiro e segundo ano do curso de Educação Física e Esporte do Instituto Superior de Ciências da Educação de Lubango, Angola. Esta pesquisa adotou um paradigma sociocrítico e empregou uma abordagem mista, combinando métodos de coleta de dados como questionários e entrevistas, e estatística descritiva para a interpretação dos resultados. Os principais resultados revelaram que os alunos utilizavam frequentemente as redes sociais; que as plataformas mais utilizadas foram WhatsApp, Facebook, Instagram, TikTok e Google; e que as plataformas com os maiores níveis de conectividade e interação entre os alunos foram utilizadas principalmente para destacar elementos artísticos e culturais estrangeiros.

Palavras-chave: cibercultura, ciberespaço, identidade cultural, identidade digital, redes sociais

INTRODUCCIÓN

El abordaje de temas vinculados con la existencia humana y sus disímiles relaciones se encuentra estrechamente ligado al análisis de la categoría cultura, dado a los núcleos de carácter histórico-sociales que la estructuran, por lo que no puede debatirse solo en el ámbito de la existencia física, sino también en el contexto de lo ciberespacial.

De ahí que, una de las definiciones de cultura más revolucionaria y que con mayor consistencia expresa sus rasgos esenciales es la aportada por Taylor en la segunda mitad del siglo XIX “La cultura o civilización, tomada en sentido etnográfico amplio, es ese complejo total que incluye conocimiento, creencia, arte, moral, ley, costumbres y otras aptitudes y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad” (Tylor, 2003, p.64).



Este autor revela la importancia de un conjunto de elementos necesarios y suficientes para ejercer el ejercicio de la definición con lo cual se está totalmente de acuerdo, aunque debido a los cambios vertiginosos de la ciencia, la técnica y la tecnología durante la presente centuria, la cultura debe llevar implícita el análisis de categorías como cibercultura, ciberciudadanía e identidad digital y con ello, poder fundamentar teóricamente las regularidades existentes entre el uso de las redes sociales, la construcción de la identidad digital y su influencia en la promoción de las tradiciones culturales en los estudiantes de 1^{er} y 2^{do} año de la carrera de Cultura Física y Deporte del Instituto Superior de Ciencias de la Educación del municipio Lubango, de la República de Angola.

De ahí que el carácter holístico de la categoría cultura queda limitado, si al tratarla en esta segunda década del siglo XXI, no se hace referencia a la cibercultura, entendida como “la cultura que emerge, o está emergiendo, del uso del ordenador para la comunicación, el entretenimiento y el mercadeo electrónico. Cultura nacida de la utilización de las nuevas tecnologías de la información y comunicación como internet” (Sardá, 2013, p. 15).

La humanidad ha encontrado nuevos modos de existir y por tanto, novedosas maneras de relacionarse, producir y crear. Los resultados del proceso creativo de la cultura física han dado lugar a una cultura digital, al tiempo que esta última incide directamente en la primera y ambas reflejan las sinergias sociocultural-transformadoras, logradas por la especie humana. El análisis en el ámbito de lo cibercultural debe revelar los nexos que se establecen entre elementos como la ciudadanía digital, la huella digital e identidad digital.

Entre ciudadanía digital, huella digital e identidad digital existe una interrelación sistémica porque la ciudadanía digital constituye “el conjunto de derechos, competencias y obligaciones que permiten a las personas el uso, participación libre y responsable de las tecnologías digitales, permitiéndoles comprender, navegar, participar e interactuar entre la sociedad civil y el gobierno de forma ética y segura” (Guzmán, 2023, p.36), por lo que aborda la responsabilidad, derechos y deberes de cada sujeto digital y las formas en las que interactúa en las redes sociales.

Por su parte, la huella digital, según el consenso de varios autores, constituye el rastro que los seres humanos, al utilizar algún dispositivo electrónico, deja en su interacción con



aplicaciones, foros, archivos y otros tipos de contenidos presentes en las redes sociales (Marcelo et al., 2025; Oré et al., 2025; Universidad de Mar del Plata, 2025).

Las huellas digitales pueden adquirir al menos dos formas: la pasiva y la activa que se distinguen por los niveles de consentimiento informado que otorguen las personas; de ahí que “el intercambio de datos en línea de manera intencional o con consentimiento, conformará la huella digital activa, mientras que, la huella digital pasiva, será aquella que refiere a los datos recopilados cuando se rastrean actividades en línea sin consentimiento” (Enríquez, 2023).

De este modo, el uso del correo electrónico, las publicaciones en internet y el llenado de formularios son parte constitutiva de la huella digital activa; mientras que el rastreo de información como la frecuencia de visita a un sitio web, direcciones IP, el registro financiero y otras informaciones, sin autorización personal, forman parte de la huella digital pasiva (Enríquez, 2023).

La interrelación que se establece entre la ciudadanía digital y la huella digital constituye la base del surgimiento de la identidad digital, si se tiene en cuenta que “la vida digital enriquece la vida real dando lugar a la identidad digital” (Gallardo, 2023, p.1), aunque es pertinente acotar que la vida digital es tan real como la física, solo que ambas se desarrollan en niveles diferentes y coexisten mediante valiosas relaciones de coordinación que se manifiestan tanto en la familia, la comunidad, los espacios de trabajo y de estudio como en las redes sociales.

La utilización de las redes sociales ha llegado para quedarse y entre sus diferentes tipologías se encuentran las redes sociales de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram y Facebook Messenger), las horizontales (Facebook e Instagram), y las redes sociales del entretenimiento (TikTok, YouTube y Twitch).

Existen otras tipologías de redes sociales como las verticales y las de comercio electrónico. Las primeras, se centran en comunidades de usuarios con intereses profesionales, por lo tanto, la interacción es más intencionada y segmentada como LinkedIn, Networking, TripAdvisor, Houzz; mientras, las de comercio electrónico están dirigidas a acciones de



compra y venta de productos y servicios como Amazon y eBay, incluso Pinterest e Instagram se han sumado a estas funciones (Merino, 2025).

La evolución de un mundo físico hacia uno digital ha traído consigo que los modos de identificación tradicionales (rasgos físicos y carné de identidad, entre otras) se combinen con los más actuales (perfiles digitales y acciones e interacciones en redes sociales). Por ello, es totalmente coherente que el término identidad digital inicie su aparición durante la década de los 90 y se extienda, una vez que se generaliza la utilización de los dispositivos móviles, el internet y las redes sociales (Martínez y Cárdenas, 2021).

La identidad digital ha sido definida por diferentes autores (Cárdenas; 2023; Gallardo, 2023; Guzmán, 2023) quienes coinciden en reconocer el nexo existente en la huella digital dejada por los seres humanos en su paso interactivo por las redes sociales. Una de las definiciones más completas acerca de la categoría identidad digital es:

Aquel rasgo que permite a los individuos su identificación, reconocimiento e individualización en protocolos como internet, predicable no solo con respecto a las personas naturales, sino también frente a las personas jurídicas, en las que, además, hace parte importante de su marca. (Martínez & Cárdenas, 2021, p.255)

La identidad digital pone al descubierto una parte importante de los gustos, necesidades e intereses de cada persona, a través de las interacciones que realiza en las redes sociales que las identifica y las diferencia del resto de los internautas del ciberespacio; en síntesis “la identidad digital se refiere a la imagen que una persona proyecta en línea, a través de las redes sociales y otros medios digitales” (Cárdenas, 2023. p.11). Si la cultura es analizada en su relación con la cibercultura, entonces la categoría identidad cultural debe ser sometida a una reconstrucción que responda a las necesidades socioculturales de la época.

La identidad cultural ha sido estudiada por una amplia gama de autores, entre ellos Gala (2022); Nápoles (2019); Nápoles y Robles (2022); Posso et al. (2020) que coinciden en valorarla como un componente de la cultura que se expresa como rasgos y características culturales únicas, síntesis de la cultura contextualizada, y proceso socio-psicológico e histórico-cultural. En el artículo que se presenta la identidad cultural es concebida, como:



Un proceso complejo de carácter histórico-cultural y psico-social que se configura a través de la actividad identitaria y las relaciones de identificación-diferenciación entre sujetos de la cultura de diferente origen; es síntesis de los rasgos más significativos que identifican la cultura y al sujeto en contexto y se expresa a través de diferentes niveles de resolución: global o planetaria, regional, grupal e individual. (Nápoles, 2019, p.132)

La definición de identidad cultural presentada es pertinente porque en su estructura posee rasgos necesarios y suficientes que posibilitan comprender las relaciones sistémicas que se dan en su interior, aunque en la actualidad debe verse más unida con la relación intrínseca existente entre las manifestaciones físico-virtuales de la existencia humana.

Se parte de la importancia de los elementos tratados y el objetivo del presente estudio se centró en revelar las regularidades existentes entre el uso de las redes sociales, la construcción de la identidad digital, la promoción de las tradiciones culturales y su influencia en la consolidación de la identidad cultural, en los estudiantes de 1^{er} y 2^{do} años, de la carrera de Cultura Física y Deporte del Instituto Superior de Ciencias de la Educación del municipio Lubango, de la República de Angola.

MATERIALES Y MÉTODOS

En el presente estudio, se asumió el paradigma sociocrítico dado su naturaleza social y se utilizó el enfoque metodológico mixto, debido a la combinación de métodos cualitativos y cuantitativos. Para el proceso de recogida de datos, se utilizó la encuesta y la entrevista, diseñadas a partir de tres dimensiones fundamentales: frecuencia de conectividad estudiantil, conformación de la huella digital estudiantil, e incidencia de las redes sociales en la promoción de la identidad cultural. La estadística descriptiva, se empleó para la representación e interpretación de los resultados.

Se utilizó una muestra de 41 sujetos, de ellos nueve profesores: ocho del sexo masculino y uno femenino; cinco con grado científico de Doctor y la categoría docente profesor Titular; dos Máster en Ciencias, dos categoría docente Auxiliar y dos Instructor. Del total de docentes, dos fueron angolanos de raza negra y siete de nacionalidad cubana (tres pertenecientes a la provincia de Pinar del Río y uno de Camagüey, Cienfuegos, Holguín y



La Habana, respectivamente). De estos últimos, cuatro de raza negra, dos blancos y un mestizo, con un promedio de experiencia en la docencia de 17 años.

La muestra estudiantil estuvo compuesta por 32, de 1^{er} y 2^{do} años, de la carrera de Cultura Física y Deporte, de ellos tres hembras y 29 varones, todos de la raza negra; con edades comprendidas entre los 19 y 25 años, pertenecientes al Instituto Superior de Ciencias de la Educación del municipio Lubango, provincia Huila (ISCED-Huila).

Lubango, es la capital provincial de la provincia de Huila y se encuentra a 1720 metros sobre el nivel del mar, cuenta con una población de 732 000 habitantes y las actividades económicas fundamentales son la agricultura, el comercio, la ganadería y la industria manufacturera (especialmente en lo concerniente al envasado de alimentos, el curtido de cueros y otras actividades afines). Esta ciudad posee menor niveles de pobreza en comparación con los restantes municipios de la provincia (República de Angola [RA], 2024).

RESULTADOS

Los resultados de la implementación metodológica y la recogida de datos fue mediante la interpretación de cada una de las dimensiones empleadas para la elaboración de los instrumentos frecuencia de conectividad estudiantil; conformación de la huella digital estudiantil; e incidencia de las redes sociales en la promoción de la identidad cultural.

Resultados de la dimensión 1: frecuencia de conectividad. Los resultados de la encuesta aplicada permitieron plantear que el 66 % de los estudiantes utilizaron las redes sociales diariamente; un 20 %, de manera eventual y un 5 % declaró no usarlas.

El porcentaje de conectividad diaria identificado, desde la perspectiva de países con condiciones de infraestructura tecnológicas distintas pareció una cifra conservadora, pero debió tenerse en cuenta la población de 33.086.278 habitantes de Angola, distribuidos en 18 provincias y 156 municipios; sin embargo “el 70 % de los 156 municipios del país no cuenta con acceso a internet y el 60 %, con telefonía celular” (RA, 2024, p.18).

De manera que, si 109 de los 156 municipios del país no contó con acceso a internet y otros 93 no dispusieron de telefonía celular, entonces los datos aportados fueron muy



significativos para comprender el lugar que ocupa el ciberespacio para los estudiantes y cuántas potencialidades posee para el desarrollo estudiantil-identitario en el proceso de formación. A lo anterior, se agregó que en el contexto universitario del ISCED varios estudiantes no tuvieron teléfonos celulares, y otros tuvieron el dispositivo, pero la tecnología instalada no les permitió la conectividad.

En lo concerniente a la utilización de las redes sociales para realizar acciones de compra y venta, un 30,0 % de los estudiantes manifestaron utilizar esta vía para tales fines, el 40 % de manera esporádica, y el 4 % expresó no hacer uso de esta opción. La compra y venta de mercancías de manera online es una práctica extendida a nivel mundial, la cual gana en ascenso en Angola, pero todavía entre los estudiantes de 1^{er} y 2^{do} años de la carrera de Cultura Física y Deporte del ISCED no constituyó una generalidad, debido a diferentes factores fundamentalmente, de carácter económico.

Las respuestas de los estudiantes, en lo relacionado con la utilización diaria de las redes sociales con intencionalidad religiosa, se concentraron entre totalmente de acuerdo el 31 %, neutral el 47 %, y el 13 % aseguró no hacerlo. El componente religioso en la realidad física constituyó una de las formas de la conciencia social más arraigadas de la población angolana y del municipio de Lubango, lo que justificó que solo el 13 % de la muestra no utilizó las redes sociales para este fin.

En la utilización de las redes sociales para participar en juegos online, el 34 % manifestó hacer uso de las redes, el 28 % de manera esporádica y el 34 % no uso esta modalidad. A pesar de la representatividad estudiantil del uso de las redes para el desarrollo de juegos online, la realidad socioeconómica de los estudiantes no facilitó en mucho estos tipos de interacciones, pues una parte significativa fueron hijos de familias dedicadas a la agricultura, la ganadería y el trabajo informal, de modo que debieron ocupar tiempo para contribuir con la economía familiar.

En los resultados de la utilización de las redes sociales con fines amorosos, la mayoría de los estudiantes, el 47 % manifestaron estar totalmente de acuerdo en haber usado esta vía, el 28 % lo hizo eventualmente, y el 22 % prefirió la variante física.



Los resultados de la aplicación de la entrevista a los profesores de la carrera de Educación Física coincidieron, en lo fundamental, con lo proporcionado por los estudiantes en la aplicación de las encuestas, pues el 100 % validó la idea de que los estudiantes utilizaron las redes sociales diariamente, con fines diversos entre los que se destacaron la compra y venta, el religioso, los juegos online y con intencionalidad amorosa.

Se argumentó que las redes sociales fueron parte activa de la vida de los estudiantes, que no fue mayor por limitaciones económicas y tecnológicas; de ahí que la incidencia de las tecnologías en sus vidas ganó cada vez más espacio, y lo fundamental fue aprovechar esta potencialidad en la promoción de las tradiciones culturales locales.

Resultados en la dimensión 2: conformación de la huella digital estudiantil. Conocer acerca de la huella digital de los estudiantes de 1^{er} y 2^{do} años de la carrera Cultura Física y Deporte del ISCED-Huila implicó indagar sobre las interacciones establecidas en el ciberespacio; poder identificar las redes más utilizadas, y sobre todo, los contenidos con los que más se relacionaron.

Esta segunda dimensión de la encuesta estuvo compuesta por dos indicadores: las plataformas digitales más utilizadas por los estudiantes, y los contenidos a los que más les concedieron me gusta, comentar y compartir, en las diferentes plataformas digitales con las que interactuaron. Los resultados del primer indicador se reflejaron en la figura 1.

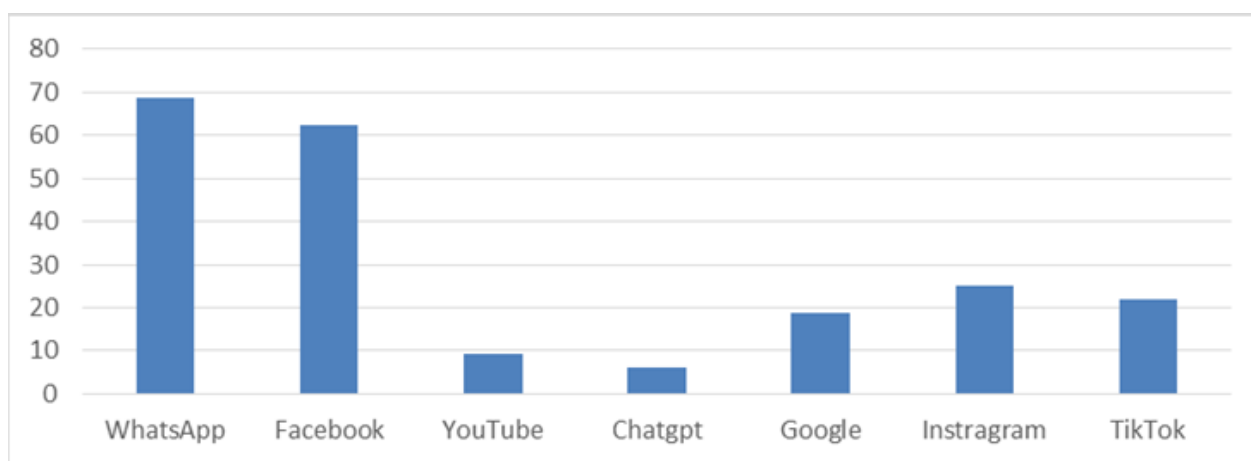
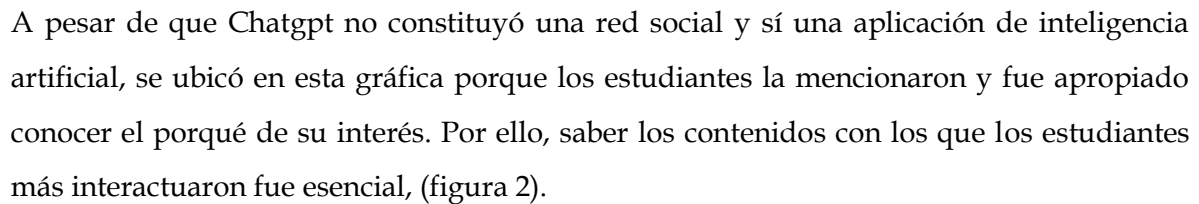


Figura 1. Dimensión 2. Redes sociales más utilizadas

Como se apreció en la gráfica de barras agrupadas mostrada en la figura 1, las cinco redes



PODIUM
REVISTA DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
EN LA CULTURA FÍSICA



práctico consideraron que estos elementos también fueron con los que más interactuaron en redes sociales.

En los argumentos de estos profesores se resaltó la pasión de los estudiantes de la carrera y de la Universidad en general por la danza, la música y el fútbol. Lo mismo ocurrió en las logias, centros comerciales y otros lugares, lo que se consideró un verdadero fenómeno sociocultural. Ello pudo apreciarse en sus publicaciones en Facebook, Instagram y TikTok.

Existieron coincidencias entre las respuestas de educandos y profesores en cuanto a las redes más utilizadas y los contenidos con los que más interactuaron los estudiantes tanto en el mundo ciberespacial como en el físico, lo que indicó que la identidad digital y la identidad cultural se interconectaron entre sí. En tanto, la huella que dejaron los estudiantes en su paso por las redes sociales no difirió en mucho, de sus manifestaciones de la vida cotidiana en el entorno de la familia, la universidad, la comunidad y la sociedad.

Resultados de la dimensión 3: incidencia de las redes sociales en la promoción de la identidad cultural. El conocimiento de la frecuencia de conectividad y la conformación de la huella digital estudiantil adquirieron mayor significación al lograr identificar de qué manera y en qué grado los estudiantes utilizaron las redes sociales en la promoción de la identidad cultural.

Para tales fines, se utilizaron dos indicadores utilización de las redes sociales para promocionar la identidad cultural del municipio o el país, y utilización de las redes sociales para promocionar modas, música y otras manifestaciones artísticas extranjeras, elementos que quedaron representados en la figura 3.



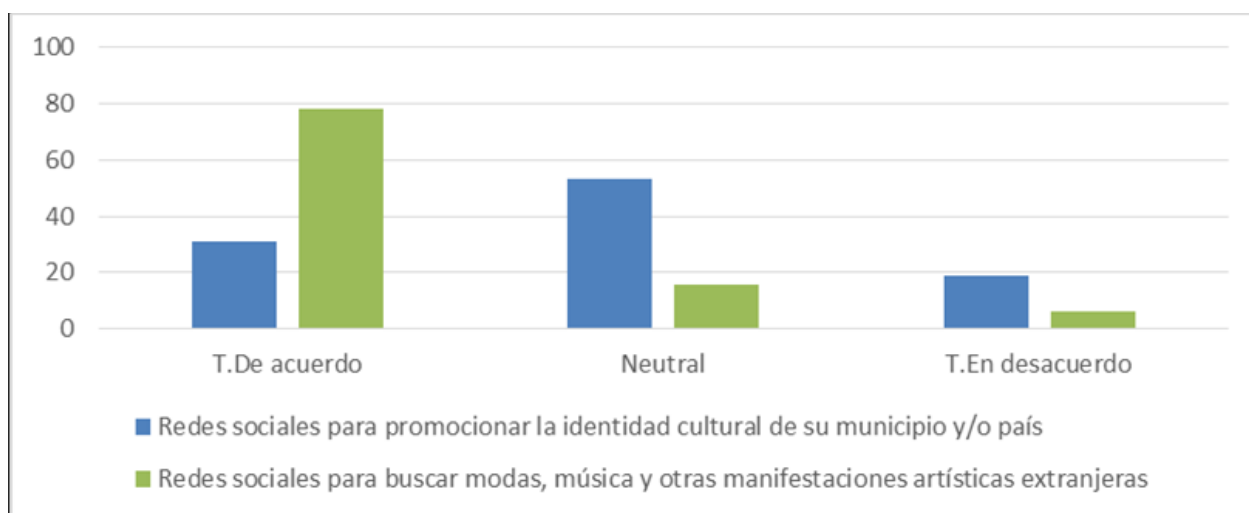


Figura 3. Incidencia de las redes sociales en la promoción de la identidad cultural

Los resultados generados en esta dimensión indicaron que el 31.2 % de los estudiantes utilizaron las redes sociales para promocionar la identidad cultural de su municipio o país; el 53.1 % se manifestó de manera neutral y el 18,7 % respondió no utilizarla. De una muestra de 32 estudiantes, solo 10 aseguraron utilizar las redes sociales para promocionar los componentes culturales e identitarios endógenos; mientras que 17 de ellos, se mantuvieron imparciales o inseguros y cinco confirmaron abiertamente, no utilizar las redes sociales para tales fines. De lo anterior se pudo deducir que fue mayoritario el número de estudiantes que no utilizaron las redes sociales para promocionar los elementos más genuinos de la identidad cultural de su municipio o país.

En lo que respecta, a la utilización de las redes sociales para promocionar modas, música y otras manifestaciones artísticas extranjeras, el resultado fue totalmente diferente, el 78.1 % de los estudiantes manifestó que utilizaron las redes sociales para promocionar modas, música y otras manifestaciones artístico-culturales extranjeras, y solamente el 21,9 % se ubicó entre neutro (15,6 %) y totalmente en desacuerdo (6,3 %), lo que significó que utilizaron mayoritariamente, las redes sociales para promocionar elementos artístico-culturales extranjeros en detrimento de los nacionales y locales.

En esta dimensión los criterios aportados por los profesores fueron muy importantes, dado a que el 100 % estuvo de acuerdo en que los estudiantes tuvieron limitaciones en reconocer



el valor de la cultura africana en el gran conglomerado de la cultura universal. En este caso, se argumentó el débil conocimiento de la historia del país, la imitación en gran medida de la cultura portuguesa y en algunos casos la brasileña, ello se reflejó en la moda, la música y otras manifestaciones.

Las respuestas de los profesores obtenidas mediante la entrevista, junto a los resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes posibilitó comprender la existencia de contradicciones al interior del núcleo histórico-cultural de la concepción del mundo, lo que generó manifestaciones de aculturación e incidió en la limitada utilización de las redes sociales en la promoción de las tradiciones culturales de su contexto o país.

DISCUSIÓN

El presente proceso de discusión, se basó en las regularidades encontradas en el proceso de indagación, en cuanto a las potencialidades formativo e identitarias del ciberespacio en la Carrera de Cultura Física y Deporte del ISCED-Huila.

Regularidad 1. La frecuencia de conectividad de los estudiantes en las redes sociales fue alta, diaria y estable en el tiempo.

Esta regularidad fue tangible tanto entre los estudiantes de la carrera como en otras partes del mundo, ello ratificó los resultados del estudio desarrollado en España que evaluó la frecuencia de conectividad en una muestra de estudiantes de las universidades de Extremadura y Salamanca. En este, se concluyó que el nivel de conectividad en las redes sociales fue muy frecuente y sus fines fundamentales estuvieron vinculados a las relaciones interpersonales (Giles, 2021).

Por otra parte, un estudio similar realizado en Perú, específicamente en la Facultad de Educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos reveló que la quinta parte de los estudiantes interactuaron en las redes sociales la mayor parte del tiempo, y que el incremento de alfabetización tecnológica fue directamente proporcional con los niveles de interacción (Rojas, 2024).

Del mismo modo, en la Universidad Nacional de Río Cuarto de la República Argentina, se



desarrolló una investigación con los estudiantes de la carrera de Ingeniería, en el que se pudo determinar que la categoría modal de conexión a internet fue de “entre 5 y 8 horas de conexión diaria” (Chiecher et al., 2024, p.7), lo que significó que el tiempo que los estudiantes le dedicaron al uso de las redes sociales fue alto; incluso, en determinados momentos excesivo, como también lo demostraron los resultados del estudio desarrollado en la Universidad Nacional San Luis Gonzaga del Perú (Oré et al., 2025).

Los resultados de la presente investigación, en lo concerniente a la dimensión frecuencia de conectividad revelaron que los niveles de conectividad de los estudiantes de la carrera de Cultura Física del ISCED-Huila, al igual que de otras partes de la geografía mundial, fueron altos. De modo que las redes sociales ocuparon un segmento significativo del tiempo y constituyeron una parte importante de la vida de los estudiantes universitarios; por lo tanto, debió ser entendido como un nuevo modo de existencia, convivencia e interacción, la cual no fue posible desconocer dadas sus potencialidades formativas, didácticas, axiológicas e identitarias.

Regularidad 2. Las redes sociales que más utilizaron los estudiantes fueron WhatsApp, Facebook, Instagram, TikTok y Google. Las preferencias por determinados tipos de redes sociales tuvieron coincidencias y diferencias, respecto a otros de su tipo fuera del continente africano. En Latinoamérica, un estudio realizado por Portilla & Gangotena (2024) reveló que los estudiantes de primer periodo de tres universidades privadas ecuatorianas (Universidad UTE, Pontificia Universidad Católica del Ecuador y Universidad de las Américas) centró sus preferencias en la comunicación, el entretenimiento, las descargas de apps para estudio, y el consumo de audio y video.

En este sentido, también existieron diferencias en cuanto a las preferencias hacia determinadas redes sociales entre los estudiantes angolanos y ecuatorianos. Esto se apreció en que para los primeros, TikTok se ubicó en el cuarto lugar de preferencias, con solo por el 21.8 %; mientras que para los segundos ocupó el primer lugar, con 52 %.

Asimismo, en lo concerniente a la red social Facebook, los universitarios ecuatorianos la ubicaron en el último lugar de preferencia (5%), al tiempo que para angolanos constituyó la segunda red de preferencia (62,5 %). De modo similar ocurrió con WhatsApp, identificado



como la red de comunicación de mayor nivel de aceptación por los estudiantes angolanos (68.7 %), cuando para los universitarios del Ecuador, no apareció en su lista de preferencia.

En Europa, esta realidad fue contrastante, según lo reflejó Marcelo et al. (2025) en un estudio realizado con profesores en formación de las carreras de Educación Infantil, Primaria y Secundaria de 10 centros de educación superior públicos y privados de España. Esta investigación mostró que las redes sociales menos utilizadas fueron Facebook, TikTok y X (Twitter); y las más utilizadas Instagram y YouTube.

Las redes sociales como Facebook estuvo ubicada entre los primeros lugares de preferencia en los estudiantes angolanos, tanto como TikTok para los estudiantes ecuatorianos, pero no tuvieron los mismos niveles de aceptación entre los universitarios de la Península Ibérica. Aunque, para los estudiantes angolanos redes sociales como Instagram y TikTok se encontraron en el tercer y cuarto puesto de su preferencia en una escala de cinco.

No obstante, se apreció la existencia de coincidencias entre estudiantes ecuatorianos, españoles y argentinos en cuanto al uso de Instagram y TikTok, porque para los universitarios ecuatorianos TikTok ocupó el primer lugar seguido de Instagram; al tiempo que, entre estudiantes españoles y argentinos (Universidad de Mar del Plata, 2025), estas dos redes sociales estuvieron en el primer escaño de su preferencia.

Desde el análisis realizado, se pudo afirmar que una parte significativa de la huella digital estudiantil del 1er y 2do años de la carrera Cultura Física y Deporte del ISCED-Huila, se conformó a partir de los contenidos con los que interactuaron en las redes sociales de su preferencia, con similitudes y diferencias respecto a los universitarios de América Latina y Europa, ello sugirió la influencia en el desarrollo de la identidad cultural estudiantil de manera física, lograda mediante conversatorios con portadores de tradiciones, deportistas destacados de la comunidad, concursos, festivales y las redes sociales, en cualquiera de sus modalidades (Nápoles, 2019; Nápoles & Robles, 2022).

Regularidad 3. Los contenidos que más incidieron en la conformación de la huella digital fueron la danza, la música, el deporte, los memes y el fútbol. La información contenida en esta regularidad posibilitó comprender los gustos y contenidos preferenciales de los



estudiantes como parte de su identidad cultural, manifestados directamente, lo que coincidió con la idea planteada por Hernández et al. (2021) “los estudiantes no hacen diferencias entre su yo presencial y su yo digital” (p.1).

A su vez, los datos revelados en este indicador tuvieron distintos grados de coincidencias y diferencias en relación con estudios realizados en otros países. Así se constató en los hallazgos de Zambrano et al. (2023) en la Universidad de Manabí-Ecuador que los estudiantes de la carrera de Gestión de Información Gerencial interactuaron con mayor frecuencia y por orden de jerarquía con seis contenidos fundamentales: memes, reflexiones de vida, la escuela, trabajo, política, fútbol y religión.

Aunque en este mismo país, pero en la Universidad de Loja, los estudiantes coincidieron en preferir contenidos relacionados con el humor y la comedia, aunque no así en los demás; sin embargo, se pudo identificar que entre ambos existió un bajo nivel de preferencia por contenidos de aprendizaje o educativos.

Por otra parte, según el estudio de Ceballos et al. (2025), en España, los estudiantes universitarios incrementaron su interés por las noticias, con el uso de las redes sociales como el principal medio para su gestión, lo que desplazó a los medios tradicionales tales como la prensa escrita, radio y televisión. Similar a lo que ocurrió con los estudiantes de 1er y 2do años del ISCED-Huila de Angola, aunque su yo presencial no rompió con su yo digital, sino que se complementaron en un todo físico-digital de carácter sociocultural, lo que justificó que fueron estos contenidos (la danza, la música y el deporte) y no otros, con los que mantuvieron mayores niveles de interacción.

De modo que, las preferencias respecto a los tipos de contenidos variaron en sujetos del mismo grupo etario, dentro o fuera de un mismo país e incluso, tuvieron un carácter circunstancial-temporal. De ahí que, la contextualización sociocultural y psicosocial fueron factores transversales que actuaron sobre los nexos que se establecieron entre identidad cultural e identidad digital.

Por lo tanto, los contenidos con los que más interactuaron los estudiantes fueron el baile y sus diferentes modalidades, la música y sus variados géneros, el deporte y sus diferentes



modalidades que constituyeron vías formativas declaradas para la consolidación de la identidad cultural.

Regularidad 4. Fue mayoritario el número de estudiantes de 1er y 2do años de la Carrera de Cultura Física del ISCED-Huila que utilizaron las redes sociales para exaltar elementos artístico-culturales extranjeros que para promocionar la identidad cultural de su municipio o país.

Esta regularidad posibilitó comprender que a pesar de que los estudiantes tuvieron una alta frecuencia diaria de conectividad y en diferentes redes sociales, su utilización en la promoción de los valores socioculturales nacionales y locales fue exigua. Esta situación no fue exclusiva para los estudiantes de la carrera de Cultura Física y Deporte del ISCED-Huila, pues se encontraron niveles significativos de coincidencias y diferencias en otros países.

Tal fue el caso del estudio realizado en la Universidad Central de las Villas, en Cuba, que demostró que jóvenes de las cinco provincias del centro del país tuvieron bajos niveles de promoción de los símbolos patrios y de la identidad nacional en las redes sociales, como lo reflejan Lamadrid & Pino (2022).

Por su parte, en la investigación realizada por Carro (2019), en la Universidad UATx de la ciudad de Tlaxcala-México, quedó demostrado que dado a los efectos de las redes sociales y la denominada cultura globalizada, los estudiantes fueron portadores de una ilimitada diversidad de identidades emergentes, cambiantes y, por lo mismo, inestables y efímeras, que promocionaron y consolidaron a través de likes, aunque contrastantemente, la formación universitaria tuvo menos influencia en la conformación de la identidad que la cultura global generada por las redes sociales.

A su vez, en la Universidad de Cuenca-Ecuador el estudio realizado por Arévalo et al. (2022) reveló que los estudiantes mostraron un alto nivel de frecuencia de conectividad en las redes sociales, lo que impactó directamente en los cambios de comportamiento y los alejó de su propia identidad cultural.

De igual modo, en la región de Valparaíso-Chile, se evidenció que el proceso de construcción de la identidad de los jóvenes en redes sociales obedeció a necesidades de



aceptación y popularidad, como parte de un mandato sociocultural virtual, para sumarse a un discurso común, sin límites establecidos entre lo virtual y lo real (Del Prete & Redon, 2020).

Se consideró que constituyó una tendencia el hecho de que los jóvenes, en general y los estudiantes universitarios, en particular tuvieron un alto índice de conectividad al día, pero su uso no estuvo orientado a promocionar los símbolos patrios ni los elementos más significativos de la identidad cultural de sus contextos socioculturales locales. Al tiempo que, las redes sociales generaron impactos directos en la configuración y reconfiguración de identidades de carácter inestables que respondieron más a los intereses de la cultura mediático-global que a las necesidades de las identidades culturales endógenas.

El impacto de las redes sociales en la vida de los jóvenes universitarios fue tan elevado que mostró mayor incidencia en el comportamiento y la personalidad estudiantil que el propio proceso de formación universitaria. Ante esta situación, de lo que se trató no fue de combatir el uso de las redes sociales, sino aprovechar los beneficios generados por estas, en la promoción de la identidad cultural y las tradiciones culturales, mediante proyectos de difusión cultural, así como en el trabajo e investigación de la memoria colectiva (Gómez, 2021).

CONCLUSIONES

Entre las dimensiones frecuencia de conectividad, conformación de la huella digital e incidencia de las redes sociales en la promoción de la identidad cultural entre los estudiantes existió una relación dialéctica, porque se reveló que los niveles de conectividad de los estudiantes en las redes sociales fueron altos y que la mayor cantidad del tiempo fue utilizado con fines artísticos, deportivos y de diversión.

Asimismo, los datos indicaron que la danza, la música y el deporte constituyeron los tres contenidos de mayor presencia en la conformación de la huella digital estudiantil. Mientras se demostró que los estudiantes utilizaron más las redes sociales para dar publicidad a las modas, música y otras manifestaciones artísticas extranjeras, que para promocionar las tradiciones culturales de su contexto nacional, provincial y/o local.



De modo que, los niveles de conectividad y las plataformas con las que más interactuaron los estudiantes no garantizaron su utilización para destacar los valores más genuinos de su cultura e identidad.

Esta investigación constituyó un paso pertinente para revertir la situación identificada en cuanto a la relación identidad cultural-identidad digital, porque facilitó el conocimiento de la relación estudiante-redes sociales, en lo concerniente a: el cuánto (el tiempo), el qué (los contenidos) y el dónde (las plataformas), datos de suma importancia para la proyección de vías eficaces (el cómo) en la consolidación de la identidad cultural.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arévalo Cabrera, L. C., Henríquez Coronel, M. A., & Erazo Álvarez, C. A. (2022). Redes sociales e identidad cultural: Análisis de su incidencia en adolescentes de Ecuador. *Explorador Digital*, 6(3), 149-165.
<https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v6i3.2229>
- Cárdenas Tagle, A. Y. (2023). Impactos del reconocimiento de la identidad digital en la primera infancia hacia una ciudadanía digital. En *Documentos de Identidad y Ciudadanía Digital* (pp. 13-18). Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales (INAI).
https://www.infoem.org.mx/doc/publicaciones/2024/Ciudadania_Identidad_Digital_Documento_Orientador.pdf
- Carro, J. E. (2019). Medios digitales, vía de promoción de la cultura global y de conformación de la identidad en los jóvenes universitarios Tlaxcaltecas. *Revista Contraste Regional*, 7(13).
https://www.ciisder.mx/images/revista/contraste-regional-13/54_Medios_digitales_via_de_promocion_de_la_cultura_global_y_de_conformacion_de_identidad_en_los_jovenes_universitarios_tlaxcaltecas.pdf
- Ceballos-del-Cid, Y., Gómez-Calderón, B., & Córdoba-Cabús, A. (2025). Redes sociales y hábitos de consumo informativo de los jóvenes españoles: Un análisis diacrónico (2021-2023). *Revista Mediterránea de Comunicación*, 16(1), e28010-e28010.
<https://doi.org/10.14198/MEDCOM.28010>



- Chiecher, A., Moreno, J. E., Yong, M. D., & Paisio, G. (2024). Uso de tecnologías y competencia digital en estudiantes de ingeniería noveles y avanzados. CONTEXTOS DE EDUCACION, 36.
<https://www2.hum.unrc.edu.ar/ojs/index.php/contextos/article/view/1972>
- Del Prete, A., & Redon Pantoja, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. Psicoperspectivas, 19(1), 86-96.
<https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834>
- Enríquez, L.L. (2023). Huella digital. En: Identidad y Ciudadanía Digital. Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales (INAI), Alcaldía Coyoacán-México.
https://www.infoem.org.mx/doc/publicaciones/2024/Ciudadania_Identidad_Digital_Documento_Orientador.pdf
- Gala Llauca, V. M. (2022). Identidad cultural en los entornos virtuales del estudiante de educación inicial en Lurigancho, Perú. Revista de ciencias sociales, 28(5), 36-47.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8471671>
- Gallardo Rodríguez, A. (2023). Identidad digital y responsabilidad civil de las plataformas digitales: De las redes sociales al metaverso. Actualidad jurídica iberoamericana, 18, 1008-1033. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8897890>
- Gómez, M. S. (2021). Las redes sociales como medio de conservación y difusión de la cultura local. Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya.
<https://atalayagestioncultural.uca.es/wp-content/uploads/2024/09/16.-Las-redes-sociales-como-medio-de-conservacion-y-difusion-de-la-cultura-local.pdf>
- Guzmán García, M. A. (2023). Ciudadanía digital responsable. 38-42. Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales (INAI).
https://www.infoem.org.mx/doc/publicaciones/2024/Ciudadania_Identidad_Digital_Documento_Orientador.pdf



- Hernández-Orellana, M. P., Pérez-Garcías, A., & Roco-Videla, Á. G. (2021). Identidad digital y conectividad: Conocimiento y actitudes en estudiantes universitarios chilenos. *Formación universitaria*, 14(1), 147-156. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062021000100147>
- Lamadrid Martínez, A., & Pino Domínguez, M. (2022). Identidad nacional y su expresión en redes sociales digitales: Un estudio exploratorio en jóvenes cubanos. *Revista Integración Académica en Psicología*, 10(29). <https://www.integracion-academica.org/anteriores/42-volumen-10-numero-29-2022/353-identidad-nacional-y-su-expresion-en-redes-sociales-digitales-un-estudio-exploratorio-en-jovenes-cubanos>
- Marcelo-Martínez, P., Yot-Domínguez, C., & Cabrera, C. Y. (2025). Conectados fuera, desconectados dentro. Las redes sociales en la formación inicial docente. *RIED-Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 28(1), 83-106. <https://doi.org/10.5944/ried.28.1.41343>
- Martínez Molano, V., & Cárdenas, E. (2021). Problemas y desarrollo de la identidad en el mundo digital. *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 10(2), 251-276. <https://doi.org/10.5354/0719-2584.2021.59188>
- Merino, G. (3 de octubre 2025). Redes sociales más usadas en 2025: 8 Poderosas Razones para Estar en Ellas. *WSI Digital*. <https://wsiup.com/redes-sociales-mas-usadas-2025/>
- Nápoles, E. (2019). La educación en el laberinto de la modernidad. *Libros para Pensar*. <https://librosparapensar.com/libreria/la-educacion-en-el-laberinto-de-la-modernidad/>
- Nápoles Robles, E., & Robles Tomacén, V. (2022). Los valores patrimoniales de los portadores de tradiciones y su aprovechamiento en el contexto pedagógico latinoamericano. *Portal de la Ciencia*, 3(1), 38-47. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9071413>



- Oré Choque, M. K., Delgado Asto, E. C., Soto Loza, G. E., Roca Vásquez, K. L., García Ramos, T. E., & Navarro Guerra, B. M. (2025). Atrapados en la conexión: Impacto de las redes sociales en el comportamiento procrastinador académico. RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo, 15(30).
<https://doi.org/10.23913/ride.v15i30.2292>
- Portilla Jaramillo, S. V., & Gangotena Flores, J. G. (2024). Los jóvenes universitarios y sus hábitos de consumo de aplicaciones móviles en la actualidad. Mundo Recursivo: Revista Científica, 7(1), 149-162.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9581079>
- Posso Pacheco, R. J., Otañez Enríquez, J. M., Paz Viteri, S., Ortiz Bravo, N. A., & Sotomayor, L. F. X. (2020). Por una Educación Física virtual en tiempos de COVID. PODIUM - Revista de Ciencia y Tecnología en la Cultura Física, 15(3), 705-716.
<https://podium.upr.edu.cu/index.php/podium/article/view/1002>
- República de Angola. (Septiembre 2024). Informe sobre la implementación del plan de acción de la plataforma de Beijing (PAB), 2019 - 2024. Ministerio de Acción Social, Familia y Promoción de la Mujer.
https://www.unwomen.org/sites/default/files/2024-11/b30_report_angola_es.pdf
- Rojas Chuquihuaccha, G. (2024). Estudiantes universitarios en redes sociales y su alfabetización tecnológica en la era digital. Aula Virtual, 5(12).
<https://doi.org/10.5281/zenodo.12797401>
- Sardá, C. A. (2013). Ciudadanía Digital. NTICx/Informática para Adultos. Libro 12. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/360153528/Libro-12-Ciudadania-Digital-pdf>
- Tylor, E.B. (2005). Cultura Primitiva. En: Colectivo de autores (2005). Antropología, selección de lecturas, Bohannon, P & Glazer, M. Segunda edición. Empresa editorial poligráfica Félix Varela, La Habana, Cuba. ISBN: 978-959-258-518-8.



Universidad de Mar del Plata. (2025). Instagram lidera y TikTok crece: así usan las redes los argentinos según un estudio realizado en Mar del Plata. BACAP. <https://bacap.com.ar/2025/03/25/instagram-lidera-y-tiktok-crece-asi-usan-las-redes-los-argentinos-segun-un-estudio-realizado-en-mar-del-plata/>

Zambrano Vera, M. F., Molina Sabando, L., & Delgado Alvia, J. D. (2023). Gestión de la identidad digital de estudiantes de la carrera de gestión de información gerencial. Refcale: Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa, 11(2), 82-104. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10319346>

Conflictos de intereses:

Los autores declaran no tener conflictos de intereses.

Contribución de los autores:

Los autores han participado en la redacción del trabajo y análisis de los documentos.



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional.

