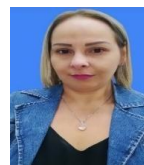


MANAGEMENT OF THE EDUCATIONAL DISSEMINATION OF CULTURAL EVENTS ON SOCIAL NETWORKS

GESTIÓN DE LA DIFUSIÓN EDUCATIVA DE LAS MANIFESTACIONES CULTURALES EN REDES SOCIALES



Corrales, César



Acurero, Maigre

RESUMEN

Este estudio describió la tendencia teórica sobre la gestión de la difusión educativa de las manifestaciones culturales en redes sociales. Se utilizó un enfoque interpretativo a partir de una muestra teórica de diecinueve (19) documentos en formato PDF. Los resultados evidencian que la teoría no concuerda lo previsto por el MEN. Concluyéndose que esta gestión es una necesidad para los gerentes educativos de Medellín, Colombia, debido a las exigencias del desarrollo tecnológico actual. Las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram ofrecen ventajas educativas que pueden contribuir a la adquisición de habilidades y dominios digitales relacionados con el contenido cultural.

Palabras Clave: Gestión de la difusión, Manifestaciones culturales, Redes sociales, Colombia.

ABSTRACT

This study described the theoretical trend on the management of the educational dissemination of cultural manifestations in social networks. An interpretative approach was used based on a theoretical sample of nineteen (19) documents in PDF format. The results show that the theory does not agree with what is foreseen by the MEN. It is concluded that this management is a necessity for educational managers in Medellín, Colombia, due to the demands of current technological development. Social networks such as Facebook, Twitter and Instagram offer educational advantages that can contribute to the acquisition of digital skills and domains related to cultural content.

Key words: Dissemination, Cultural events, Social networks, Colombia.

Fecha de recepción: 04/04/2025

Fecha de aprobación: 01/07/2025

Fecha de publicación online: 04/07/2025

DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.16989986>

¹ Esta investigación se encuentra vinculada a la universidad UMECIT. Panamá

² Colombia. Licdo. en Educación. Abogado. Mg. en Educación y Derechos Humanos. Estudiante de Doctorado en Ciencias de la Educación con énfasis en Administración Educativa. Rector de la Institución Educativa Manuela Beltrán adscrita a la Secretaría de Educación del Distrito de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín Colombia. Correo: caca367@hotmail.com ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-6384-2262>

³ Venezuela. Lcda. en Educación, mención Integral. Mg en Ciencias de la Educación mención Gerencia Educativa. Dra. en Ciencias de la Educación. Post Doctora en Gerencia de la Educación Superior. Docente Agregado de la Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt, Venezuela. Docente Tiempo Completo Ocasional de la Universidad de Pamplona, Colombia. Directora de Investigación Dirigida de la UMECIT Panamá. Correo: dmaigreacurero@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6088-3032>.

INTRODUCCIÓN

En Latinoamérica, los sistemas educativos para educación básica han tenido dificultades por definir, concretar, unificar y administrar una política de difusión cultural implementando medios de comunicación como redes sociales para dar a conocer las dinámicas culturales que se producen en cada manifestación popular (Guevara, 2024), por falta de habilidades digitales en los gerentes educativos para administrar información cultural (Leal, 2018).

La carencia de dominio conceptual en la cultura local ha obstaculizado el desarrollo de habilidades cognitivas para unificar audiencias y contenidos de la diversidad cultural (Gala, 2022). Esta situación demuestra un claro incumplimiento de la misión internacional que la Organización Mundial del Turismo en adelante (OMT) en el periodo 2022-2032. La OMT fomenta la difusión de la riqueza cultural a través de la atención a las tradiciones y prácticas socioculturales, promoviendo así el aprendizaje y la identidad cultural.

Las redes sociales han intervenido en el diario vivir de la sociedad; sin embargo, no forman parte de los intereses administrativos, pedagógicos, tecnológicos y comunitarios del gerente educativo para crear una línea comunicacional. Lo que evita aprovechar las ventajas que ofrecen estos medios de interacción social para conectar con el público educativo. A razón de una política de difusión cultural que convierta a la escuela en el organismo educativo por excelencia para la enseñanza de las manifestaciones culturales en la comunidad (Álvarez, 2022), estando en manos de actores distintos a la escuela la responsabilidad de fortalecer el conocimiento cultural (Rieger, 2018).

Además de lo descrito por Guevara (2024), Leal (2018), Gala (2022) y Álvarez (2022), existen otros factores de gestión que pudieran incidir en la ausencia de mecanismos de difusión de las manifestaciones culturales desde la escuela que están referidos al débil protagonismo de los actores educativos: gerentes, docente y estudiantes; frente al patrocinio de grupos culturales sindicados que ostentan por el direccionamiento de programas culturales a razón de disputas de poder, intereses políticos y económicos que deslindan las prácticas culturales, artísticas, folclóricas, musicales y artesanales de la escuela, dejando el concepto de cultura anclado a tradiciones románticas (Rieger, 2018).

Sin embargo, Colombia viene haciendo grandes esfuerzos por asumir la gestión de la difusión de las manifestaciones culturales porque el Ministerio de Educación Nacional en adelante (MEN) ha generado propuestas educativas que soportan la

defensa del lenguaje artístico, promoción pedagógica del folclore, la difusión artesanal y el auspicio de los valores de la afrocolombianidad (MEN, 2022).

Pese a esta iniciativa pedagógica del MEN, el recorrido perceptual en las Instituciones educativas de Medellín, da escasas muestras de la gestión de programas de difusión cultural; hasta ahora se revela que los gerentes educativos carecen de mecanismos administrativos de difusión cultural en redes sociales para promover el aprendizaje cultural de las comunidades educativas mediante la transmisión de los elementos culturales latentes como las celebraciones de carnaval, costumbres, tradiciones, folclore, música, leyendas, gastronomía, entre otras.

El hecho de que las redes sociales están siendo escasamente apreciadas como medios de difusión educativa, el Facebook, Instagram, YouTube, entre otros, no están siendo aprovechados por las organizaciones con fines sociales y educativos para comunicar sus actuaciones culturales (Jimbo Cordero, 2018); hay deficiencias en la promoción resultados de estas prácticas (Chávez, Pantigoso, Varas y Valverde, 2023), como caso particular en Colombia no se prioriza comunicar resultados de prácticas educativas socioculturales utilizando redes sociales (Caiza, Rosero y Castillo, 2018).

Por todo lo antes mencionado, se formuló la siguiente interrogante: ¿Cuál es la tendencia teórica sobre la gestión de la difusión educativa de las manifestaciones culturales en redes sociales? Con el propósito de describir la tendencia teórica sobre la gestión de la difusión educativa de las manifestaciones culturales en redes sociales.

FUNDAMENTACIÓN TEORICA

GESTIÓN DE LA DIFUSIÓN DE LAS MANIFESTACIONES CULTURALES EN REDES SOCIALES

Según Zegarra y Velasco (2025), la gestión de la planificación, ejecución, control y difusión de contenidos, prácticas y programas se definen como el conjunto de los mecanismos propios de la administración de la línea comunicacional implementada por el gerente para informar a la sociedad sobre las actuaciones y responsabilidades cumplidas por la institución.

La gestión de la difusión es el proceso de comunicar mensajes para desarrollar vínculos de cooperación estratégicos con otros, en tanto, la gestión de la difusión es básicamente la gestión de la comunicación que requiere desarrollar

estratégicamente líneas de acción para optimizar las relaciones interpersonales y al mismo tiempo aprendizajes de connotación social y cultural (Saona, 2023).

En tal sentido, las manifestaciones culturales, de acuerdo con Corrales y Acurero (2024), son definidas como el conjunto de prácticas y expresiones culturales a través de las cuales los pueblos se manifiestan y expresan su aprendizaje cultural. Las manifestaciones culturales se caracterizan por ser:

Formas de organización social, tradiciones ancestrales y creaciones contemporáneas producidas por una sociedad en un espacio cultural determinado.

Talantes (condiciones, modos y caracteres) distintivos, materiales, espirituales, cognitivos y afectivos propios de la inteligencia humana que se producen, circulan, consumen y adquieren un significado en la vida de las personas, en sus conductas, costumbres, valores o tradiciones.

Enseñadas mediante encuentros participativos haciendo exposiciones de diversas expresiones culturales o actividades artísticas, diálogos con comunidades indígenas, la exposición de arte, música, danza, literatura o mediante la promoción de la interacción entre una variedad de agrupaciones culturales.

De acuerdo con Navarro, Castañeda y Moreno (2025), la gestión de la difusión de las manifestaciones culturales en redes sociales es el conjunto de los mecanismos de la administración educativa para transmitir prácticas culturales, valores sociales y la memoria cultural colectiva; una vía dialógica para impactar en la identidad cultural de los miembros de la comunidad educativa implementando tecnologías de la comunicación y la información para facilitar el acceso de la información cultural al público con el propósito de asegurar su contacto con otras culturas. Las redes sociales son los medios de comunicación que permiten que la narrativa cultural sea transmitida por los propios actores de la cultura desde el ámbito educativo.

Ante todo se significa que la gestión de la difusión de las manifestaciones culturales en redes sociales es una variable que tributa el hecho de compartir información de manera directa con un flujo interno para conectar a la institución con sus públicos (Moreno, Mora y Pacheco, 2021); a través, de esta gestión se ponen en marcha planes de todo cuanto se gestione en comunicación cultural (Ríos, Páez y Barbos, 2020), por lo que las redes sociales deberán ser dirigidas desde una perspectiva pedagógica comunicacional haciendo una especie de gestión social y cultural (Porrás, 2017).

Gestionar la difusión de información social y cultural, es también gestionar la búsqueda de una mejor posición competitiva de la institución frente a otras

instituciones del entorno para generarle valor añadido (Chávez et al, 2023), requiere de una política de gestión de la comunicación y al mismo tiempo la generación de compromisos recíprocos (Camacho, Hidalgo, Reasco y Peñaloza, 2024). Es decir, entre la dirección educativa y la comunidad, esto tiene que ver con la posibilidad de construir redes de relaciones estratégicas valiéndose de herramientas comunicacionales efectivas.

Para Sánchez (2019), la gestión de la difusión de las manifestaciones culturales en redes sociales reflejan el nuevo paso de interacciones institución educativa y público, esto provoca que para las mismas sea fundamental tener presencia en la estrategia de *engagement* en las redes sociales; ya que mediante estas interacciones las mismas pueden conocer los problemas de la marca o imagen y que los públicos alrededor de la comunidad educativa se sientan valorados y entendidos creando de esta forma una relación de unión.

En este mismo contexto, Guevara (2024) describe que la gestión de la difusión de las manifestaciones culturales en redes sociales es el proceso de gestión en línea que involucra la creación de mensajes digitales escritos y multimedia requiere el uso de habilidades y técnicas específicas para el uso de aplicaciones informáticas y la creación de mensajes en entornos virtuales.

Con base en todo lo planteado, se concibe que la gestión de la difusión educativa de las manifestaciones culturales en redes sociales es un mecanismo que la gerencia de la institución asume administrativa y tecnológicamente para poner en marcha la difusión educativa del aprendizaje cultural mediante medios de interacción comunicacional como: Facebook, Twitter, Instagram y blog con conexión a Internet para aportar al conocimiento cultura: local, regional y nacional.

REDES SOCIALES FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM Y BLOG EN LA DIFUSIÓN DE MANIFESTACIONES CULTURALES

El Facebook es una plataforma o red que permite la interacción o conexión entre usuarios, un espacio de fotografías virtual con la capacidad de unir lazos entre sus integrantes (Sánchez, 2019) es una vitrina donde se hace una exposición de la persona a través de imágenes. Desde la perspectiva de Villavivencio (2020) una red social que tiene un funcionamiento colectivo e integrador que promueve el aprendizaje permitiendo la aplicación constante de la red y la creación de nuevos vínculos; se alojan usuarios con propósitos comunes, grupos e individuos que apoyan una diversidad de causas de todos ellos quienes se vuelven activamente en una unidad global que aprovecha las competencias de cada uno entremezclando el

mundo real con el virtual como género literario que se da en el proceso de contar experiencia y prácticas tecnológicas estratégicamente diseñadas.

El Twitter es una red de información en tiempo real que conecta a las personas con historias culturales, ideas, opiniones y noticias sobre lo interesante que son compartidas de forma masiva; una aplicación de *microblogging* que beneficia a los usuarios que deben comunicar textos breves desde cualquier lugar donde se encuentren, una herramienta para unir personas cuyo diseño permite una sana competencia en cuanto a mensajes publicados (Sánchez, 2019).

De forma específica y caracterizada Villavicencio (2020) resalta que el Twitter da acceso a 280 caracteres por envío de contenido llamados *Tweets*, el envío de estos mensajes puede ser realizado por el sitio Web de Twitter, por SMS desde cualquier celular pudiendo ser contenidos de mensajería instantánea o desde aplicativos diversos de otros usuarios entre los que se tienen: Facebook, Turpial, Uber Social, Sony Erickson, entre otros; cada una de estas actualizaciones son visibles en el perfil de los usuarios, también llegan a otros usuarios de manera inmediata, según la opinión. Desde la página de Twitter los usuarios pueden recibir las actualizaciones por medio de mensajes instantáneos SMS y correos electrónicos presentando una interfaz que mantiene los contenidos culturales en un servidor que funciona con programa de software permanentemente abierto a cualquier tipo de desarrolladores.

La red social Instagram es una aplicación novedosa cuyo funcionamiento es sencillo haciendo una foto que se sube con contenido cultural elaborado (Sánchez, 2019) como una herramienta de comunicación publicitaria y plataforma social. Para Villavicencio (2020) es una aplicación con la creatividad de los famosos *hashtags* que sirve para identificar de manera sencilla las fotos de otras internautas colgadas en la red, se puede compartir y a la vez introducir mensajes de contenido. Cultural. El lenguaje digital del Instagram requiere brevedad por la misma estructura de las diversas plataformas, así como inmediatez y rapidez.

El blog es una herramienta que consiste en escritos de blog que crean, según Porras (2017), materiales didácticos que forman parte de comunidades online con personas con las que se comparten intereses. El blog da pie a una forma más dinámica e íntima de producir y difundir información de resultados de proyectos y programas, además es considerado una página web en que regularmente la información publicada es de contenido corto, actualizado y novedosa sobre temáticas culturales libres.

De acuerdo con Sánchez (2019), el blog con la participación de usuarios puede ser considerado una herramienta de aprendizaje para fomentar el trabajo colaborativo y la interacción constructiva a partir de comunitarios que se asuman a modo de

discusión al tema central publicado en cada entrada que pueda ser usada por los usuarios.

Las redes sociales descritas muestran un conjunto de ventajas educativas, en tanto implementan formatos digitales de fácil manejo para los gerentes educativos que pueden ser reproducidos en la comunidad educativa; estos permiten compartir contenidos audios y videos para informar. Teniendo en cuenta que la gestión de la difusión de las manifestaciones culturales a la vez requiere la difusión de elementos orientadores sobre las experiencias de aprendizaje que garanticen su caracterización, razonamiento, discernimiento, diálogo y la construcción de significados ajustados a un contexto cultural donde se produce tanto la comunicación como la participación.

MATERIALES Y METODO

Se implementó un enfoque interpretativo a criterio de Duarte (2024) son de carácter cualitativo, su epistemología es abierta y emergente, abarca la indagación de contenidos como creencias, aptitudes y percepciones sobre el mundo exterior. El estudio se realizó sobre la base de una revisión de 34 documentos desde repositorios institucionales y artículos científicos de los cuales fueron desechados quince (15) documentos, arrojando una muestra teórica de diez y nueve (19) documentos situados en la Web por lo que se tipificó como una investigación documental; la cual según Reyes y Carmona (2020), permite hacer una reflexión sobre el conocimiento científico producido en textos durante un periodo específico y sobre categorías específicas.

Se realizó un instrumento teórico en base de datos Dialnet, Redalyc y Scielo entre los años 2017-2025, considerando como criterio de inclusión los descriptores: gestión de la difusión, redes sociales y manifestaciones culturales. Este instrumento sirvió para evaluar las categorías analizadas y proporciona una visión panorámica sobre los conceptos de la cuestión estudiada (Reyes y Carmona, 2020). El análisis de datos se realizó en consideración a la coincidencia conceptual entre los documentos publicados, dando lugar a un conjunto de hallazgos bibliográficos publicados que fueron interpretados como parte de la realidad actual que impacta a las instituciones educativas (ver cuadro 1).

Cuadro 1. Procesos de Selección de la Muestra Teórica

Total, Documentos Revisados	Total, Documentos Rechazados	Total, Muestra Teórica
34	15	19

Fuente: Elaboración propia (2025)

RESULTADOS

De los 19 documentos PDF analizados, la respuesta a la interrogante de la investigación es certera al indicarse que actualmente una mayoría de diez y seis (16) documentos PDF proyectan claras coincidencias teóricas entre los autores por la gestión de la difusión educativa de las manifestaciones culturales en redes sociales con prevalencia en Facebook, Twitter, Instagram y Blog; al considerarlas redes de fácil acceso y manejo tecnológico para informar contenidos culturales, mensajes, videos, resultados, entre otros.

DISCUSIÓN

Los resultados presentados revelan inconsistencia teórica con el diagnóstico perceptual indicado en las Instituciones Educativas del municipio Medellín en razón de las expectativas para la gestión de la difusión de las manifestaciones culturales previstas por el MEN; en tanto, el ente rector de la educación se deslinda de las concepciones teóricas analizadas respecto del uso de redes sociales para difundir manifestaciones culturales, y solo se centra en la defensa del lenguaje artístico, promoción pedagógica del folclore, la difusión artesanal y el auspicio de los valores de la afrocolombianidad sin la intervención de estos medios comunicacionales.

CONCLUSIONES

La tendencia teórica actual sobre la gestión de la difusión educativa de las manifestaciones culturales en redes sociales, se considera una necesidad para los gerentes educativos de Medellín, ya que actualmente las exigencias de desarrollo tecnológico y las ventajas educativas que ofrecen las redes sociales como: Facebook, Twitter, Instagram y Blog contribuirían a la adquisición de habilidades y dominios digitales en contenidos culturales.

Finalmente, la gestión de la difusión de las manifestaciones culturales en redes sociales, se considera teóricamente un proceso que pueda contribuir a la creación de materiales didácticos, la producción y promoción de información de resultados de proyectos y programas culturales; bien sean fotografías virtuales, exposición de actores educativos a través de imágenes colectivas e integradoras para promover el aprendizaje dialógico en la diversidad cultural y la creación de la identidad cultural.

FINANCIAMIENTO

Esta investigación no fue financiada.

CONFLICTO DE INTERESES

Los autores declaran no tener conflictos de intereses financieros ni personales que puedan influir inapropiadamente en el desarrollo de este artículo.

REFERENCIAS

Álvarez M., M. E. (2022). Relatos orales y escuela: Hacia el fortalecimiento de la subjetividad. *Revista De Ciencias Sociales*, 28 (3), 390-398. Disponible en: <https://doi.org/10.31876/rsc.v28i3.38482>

Camacho, O. Hidalgo, M. Reasco, M. Penaloza, K. (2024). Cultura y Educación en Contextos Multiculturales. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades Latam*. Vol V, Num 6. pp. 1860. Disponible en: <http://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/3127>

Corrales, C. y Acurero, M. (2024). Modelo de gestión participativa para la promoción de manifestaciones culturales. *Revista Negotium*. Año 20, Núm. 59, pp. 13-25. Disponible en: <https://www.revistanegotium.com/>

Chávez, M., Pantigoso, N., Varas, S., y Valverde, W. (2023). Cultura organizacional y desempeño docente. *Revista Electrónica de Ciencia de la Educación, Humanidades, Artes y Bellas Artes Episteme Koinonia*. Año VI, Vol. VI n° 12 julio-diciembre. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9299399.pdf>

Duarte, J. (2024). Papel de la epistemología en la producción científica. *Revista Digital De Investigación Y Postgrado*, 5(10), 183-197. <https://doi.org/10.59654/kts59k42>. Disponible en: <https://redip.iesip.edu.ve/ojs/index.php/redip/article/view/118>

Gala Llauca, V. M. (2022). Identidad cultural en los entornos virtuales del estudiante de educación inicial en Lurigancho, Perú. *Revista De Ciencias Sociales*, 28, 36-47. <https://doi.org/10.31876/rsc.v28i.38143>

Guevara, W. (2024). Mas allá de las fronteras digitales: interacción y diversidad en la comunicación intercultural. *Chasqui Revista latinoamericana de Comunicación*. N°. 157 págs. 223-240. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10195928>

Jimbo Cordero, L. (2018). Las manifestaciones culturales vivificadas en el aula. *Revista de Divulgación de Experiencias Pedagógicas Mamakuna*. Año 18. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8380421.pdf>

Leal, E. Martínez, X. y Rodríguez, N. (2018). La cultura como vía para fortalecer la dimensión educativa del proceso de formación universitaria. *EDUMECENTRO*, 10(1), 229-235. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-28742018000100016&lng=es&tlng=es

Madrigal Romero, C. (2015). Instagram como herramienta de comunicación publicitaria: el caso de Made With Lof. (*Trabajo de grado*). Editor Universidad de Sevilla, Sevilla. Disponible en: <https://idus.us.es/items/2a121243-4437-4aa5-b164-672d4b2f2c38>

Moreno, E., Mora, V., y Pacheco, A. (2021). *La comunicación empresarial como herramienta de apoyo en la gestión y desarrollo de las empresas*. Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas, 4(1), 115-121. Recuperado julio 27 de 2023 de: <https://www.google.co.ve/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url>

Navarro, F. Castañeda, G. y Moreno, F. (2025). Comunicación de las tradiciones y la percepción en la concepción de la identidad cultural. *Revista de Ciencias Sociales*. Vol. 31. Número Especial 11. Disponible en: <https://produccioncientificaluz.org/index.php/racs/article/view/44000>

Organización Mundial del Turismo. (2020). Convención Marco sobre ética del Turismo. 1ra Edición. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421695>

Porras, I. (2017). Redes Sociales, Facebook y Blog según los Estilos de Aprendizaje en Cursos E-Learning. Hamut'ay, 4 (1), 60-74. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.21503/hamu.v4i1.1395>

Reyes, L. y Carmona, F. A. (2020). La investigación documental para la comprensión ontológica del objeto de estudio. Doctorado en Psicología. Editor Ediciones Universidad Simón Bolívar. Disponible en: <https://bonga.unisimon.edu.co/items/cbb661ef-30e3-4263-b7b2-810e88237f5f>

Ríos, E., Páez, H., y Barbos, J. (2020) *Estrategias de comunicación: Diseño, Ejecución y Seguimiento*. Editorial REDIPE, Red Iberoamericana de Pedagogía. Capítulo Estados Unidos. ISBN 978-1-951198-46-6 Cali, Colombia. Recuperado septiembre 05 de 2023 de: www.redipe.org

Rieger, I. (2018). La tradición camaleónica En Las prácticas Festivas De Una Comunidad Mixteca Transnacional: Chameleonic Traditions in the Festive Practices of a Mixtec Transnational Community. *Revista Reflexiones* 98 (1):111-29. Disponible en: <https://doi.org/10.15517/rr.v98i1.33121>

Saona, E., y Duran, K. (2023). Fortalecimiento de la identidad cultural en escuelas rurales. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 8 (Supl. 2), 288-306. Epub 19 de julio de 2024. <https://doi.org/10.35381/r.k.v8i2.2877>. Disponible en: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2542-30882023000400288

Sánchez, I. (2019). Análisis de la publicidad en las redes sociales. *Tesis*. COMILLAS Universidad Pontificia. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Madrid.

Villavicencio, B.J. (2020). Las herramientas de comunicación digital y su relación con el comportamiento de los jóvenes de 15 a 17 años del Colegio Particular San José de los Hermanos Maristas del Distrito de Huacho del año 2018. *Tesis de grado*. Repositorio Académico USMP. Recuperado marzo 11 de 2024 en: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Zegarra-Valladolid, L. M., y Velazco-Cueva, M. F. (2025). Incidencia de la Gestión Educativa y la Diversidad Cultural en la Calidad Educativa. *Revista Docentes 2.0*, 18 (1), pp. 22–33.
<https://doi.org/10.37843/rtd.v18i1.589>. Disponible en:
<https://ojs.docentes20.com/index.php/revista-docentes20/article/view/589>