



Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra.

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS

**INFORME FINAL DEL PROYECTO**

TEMA:

“LA ACULTURACION MEDIDA POR LA INFLUENCIA DE LAS REDES  
SOCIALES EN LA POBLACIÓN ADOLESCENTE DE LA CULTURA KICHWA  
KAYAMBI”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

LICENCIADA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:

Educación y comunicación

Aculturación e identidad cultural

AUTORA: ANGELA PATRICIA GERENAS ESCOBAR

ASESORA: MGS. XIMENA CORONADO

IBARRA, JULIO, 2023

IBARRA, 1 DE AGOSTO DE 2023.

MGS. XIMENA MARGARITA CORONADO OTAVALO

ASESOR

**CERTIFICADO DEL ASESOR**

Certifico: Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Ciencias Sociales y Humanas (ECSH), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(F:) .....  


Mgs. Ximena Margarita Coronado Otavalo.

C.C.: 100350853-6

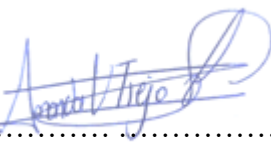
## PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):

(f).....  


Mgs. Ximena Margarita Coronado Otavalo.

C.C.: 100350853-6

(f).....  


Mgs. Amanda Viviana Trejo Calderón.

C.C.: 100355639-4

(f).....  

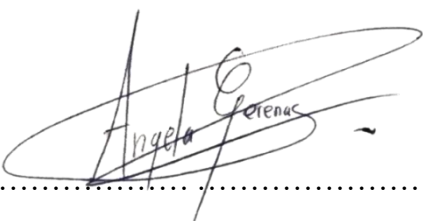

Mtr. Daniel Alejandro Díaz Gutiérrez.

C.C.: 175638150-3

## ACTA DE SESIÓN DE DERECHOS

Yo Angela Patricia Gerenas Escobar, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de la Economía Social de Conocimientos, Creatividad e Innovación que manifiesta textualmente: "Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones, a título gratuito u oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o renuncia".

Ibarra, 1 de agosto de 2023

(f.)  .....

Angela Patricia Gerenas Escobar.

C.C.: 1718561333

## AUTORÍA

Yo, Angela Patricia Gerenas Escobar, portadora de la cédula de ciudadanía N° 1718561333, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad de (los) autor (es) y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

F):  .....

Angela Patricia Gerenas Escobar.

C.C.: 1718561333

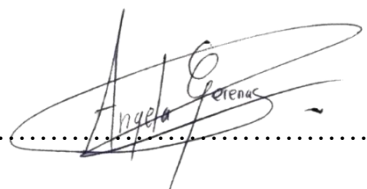
## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo: Angela Patricia Gerenas Escobar, con CC: 1718561333, autora del trabajo de grado titulado: "La aculturación medida por la influencia de las redes sociales en la población adolescente de la cultura Kichwa Kayambi", previo a la obtención del título profesional en Comunicación Social, en la Escuela de Ciencias Sociales y Humanas.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede- Ibarra, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra a difundir a través del Repositorio Digital de la PUCESI al referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad.

Ibarra, Lunes, 01 de agosto de 2023.

(f.)  .....

Angela Patricia Gerenas Escobar

C.C.: 1718561333

## **DEDICATORÍA**

El presente proyecto principalmente se lo quiero dedicar a mis padres Patricia Y Eliécer quiénes me apoyaron en cada etapa y siempre me motivaron a seguir adelante, al levantarme y mantenerme fuerte ante cada caída que la vida nos pone, a mis amistades quiénes me motivaron y me dijeron "Tu puedes Ange, no te rindas". Quiero extender mi dedicación al cielo donde están dos personas a las que quise mucho cuando estaban vivas y se que desde algún punto del mismo me miran y sonrién con orgullo de lo que me he llegado a convertir. Cada lágrima y esfuerzo vale la pena tenemos que ser fuertes y dedicados a nuestras cosas, mostrar amor y dedicación, cada caída nos hace fuertes y valientes.

## AGRADECIMIENTO

A mis amigas de carrera siempre leales y unidas hacia mi, la cual una de ellas me mostró varias oportunidades laborales y eso me ayudó a ganar experiencia, siempre te llevaré en mi corazón mejor amiga, Gracias por no dejarme caer cuando dudaba de mi misma y de la carrera. A mis docentes los cuales me han guiado y enseñado cosas valiosas las cuales aplicaré en mi futuro laboral.

Extiendo mi agradecimiento hacia mi tutora de titulación, la cual con su palabra "Ánimo" me motivó a continuar con mi investigación. A mi familia y amigos por siempre apoyarme y aconsejarme que yo lo puedo lograr.

## Índice General

<b>CERTIFICADO DEL ASESOR.....</b>	<b>II</b>
<b>PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....</b>	<b>III</b>
<b>ACTA DE SESIÓN DE DERECHOS.....</b>	<b>IV</b>
<b>AUTORÍA.....</b>	<b>V</b>
<b>DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN .....</b>	<b>VI</b>
<b>DEDICATORÍA .....</b>	<b>VII</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>VIII</b>
<b>ÍNDICE GENERAL .....</b>	<b>IX</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>XIV</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>XV</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>XVI</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>XVII</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>XVIII</b>
<b>OBJETIVO GENERAL. ....</b>	<b>XVIII</b>
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS. ....</b>	<b>XIX</b>
<b>1. ESTADO DEL ARTE.....</b>	<b>1</b>
1.1. CULTURA .....	1
1.1.1. <i>La Comunicación como Forma de Transmisión</i> .....	2
1.1.2. <i>Importancia de la Cultura en la Sociedad Actual.</i> .....	4
1.1.3. <i>Influencia de los Medios de Comunicación en la Cultura y la Educación.</i> .....	5
1.2. IDENTIDAD CULTURAL. ....	6
1.2.1. <i>Elementos de la Identidad Cultural</i> .....	8
1.2.1.1. Lengua.....	8
1.2.1.2. Religión.....	9
1.2.1.3. Etnia. ....	10

1.2.2.	<i>Importancia de la Preservación de la Identidad Cultural.</i>	11
1.3.	REDES SOCIALES	12
1.3.1.	<i>Definición.</i>	12
1.3.2.	<i>Tipos de Redes Sociales en la Actualidad.</i>	13
1.3.2.1.	Redes sociales de tipo horizontal.	13
1.3.2.2.	Redes de ocio.	13
1.3.2.3.	Blogging y microblogging.	13
1.3.2.4.	Redes sociales profesionales.	14
1.3.3.	<i>Redes sociales Más Utilizadas en la Actualidad en Ecuador.</i>	14
1.3.3.1.	Historia de las Redes Sociales en Ecuador.	14
1.3.3.1.1.	Youtube.	15
1.3.3.1.2.	Facebook.	16
1.3.3.1.3.	Instagram.	16
1.3.3.1.4.	TikTok.	16
1.3.3.2.	Importancia de las Redes Sociales en la Educación de los Adolescentes.	17
1.4.	ACULTURACIÓN	18
1.4.1.	<i>Definición.</i>	18
1.4.2.	<i>Modelos.</i>	19
1.4.2.1.	Modelos Centrados en el Contenido.	19
1.4.2.1.1.	Psicológicos.	19
1.4.2.1.2.	Socioculturales.	19
1.4.2.2.	Modelos de Acuerdo con el Proceso.	20
1.4.2.2.1.	Modelos bidimensionales.	20
1.4.2.2.2.	Modelo desde la identidad étnica.	20
1.4.2.3.	Modelo de la perspectiva de contacto.	20
1.4.3.	<i>Aculturación y Salud Mental.</i>	20
1.4.3.1.	Estrés y aculturación.	20

1.4.3.2.	Naturaleza de la sociedad receptora.....	21
1.4.3.3.	Grupo de aculturación.....	21
1.4.4.	<i>Factores Causantes de la Aculturación</i> .....	21
1.4.5.	<i>La Migración como Factor de Aculturación</i> .....	22
1.5.	LA CULTURA KICHWA KAYAMBI.....	23
1.5.1.	<i>El pueblo Kayambi: Sus Antecedentes Históricos.</i> .....	23
1.5.2.	<i>Modus Vivendi</i> .....	24
1.5.3.	<i>Colonización Española</i> .....	24
1.5.4.	<i>Organización Sociopolítica</i> .....	24
1.5.5.	<i>Alimentación</i> .....	25
1.5.5.1.	Cuy.....	25
1.5.5.2.	Mishki.....	25
1.5.5.3.	Guarango.....	25
1.5.5.4.	Bizcochos.....	26
1.5.6.	<i>Medicina Ancestral</i> .....	26
1.5.7.	<i>Vestimenta</i> .....	26
1.5.8.	<i>Música</i> .....	26
1.5.9.	<i>TIC'S Inclusivas Dentro de la Cultura Kichwa Kayambi.</i> .....	27
1.5.10.	<i>Memes Empleando el Idioma Kichwa</i> .....	27
1.5.11.	<i>Influencers Kichwas.</i> .....	27
<b>2.</b>	<b>MATERIALES Y MÉTODOS</b> .....	<b>30</b>
2.1.	METODOS.....	30
2.2.	ENFOQUE.....	30
2.2.1.	<i>Cuantitativo</i> .....	30
2.2.2.	<i>Cualitativo</i> .....	30
2.3.	TÉCNICAS.....	31
2.4.	INSTRUMENTOS.....	31

2.4.1.	<i>Encuesta</i> .....	31
2.4.2.	<i>Entrevista</i> .....	32
2.4.3.	<i>Guía de Observación</i> .....	32
2.5.	UNIVERSO – MUESTRA.....	32
2.6.	VARIABLES.....	33
2.6.1.	<i>Los procesos identitarios. (procesos para el establecimiento de la identidad cultural)</i> .....	33
2.6.2.	<i>La Aculturación o Proceso de Aculturación</i> .....	34
2.6.3.	<i>Los factores / motivaciones que inciden en la aculturación</i> .....	35
2.6.4.	<i>Los riesgos o efectos derivados del proceso de aculturación</i> .....	36
2.6.5.	<i>Cultura Kichwa Kayambi</i> .....	36
2.7.	PROCEDIMIENTO.....	36
2.8.	APLICACIÓN Y SISTEMATIZACION DE INSTRUMENTOS.....	37
2.8.1.	<i>Sistematización de Entrevistas</i> .....	37
2.8.2.	<i>Sistematización de la observación</i> .....	59
2.8.2.1.	Nancy Risol.....	59
2.8.2.2.	Azhukito.....	59
2.8.2.3.	Leonardo Sefla.....	60
2.8.2.4.	Meliza Yumisaca.....	61
2.8.2.5.	Elena Gualapuro.....	61
2.8.3.	<i>Análisis de las encuestas</i> .....	62
<b>3.</b>	<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b> .....	<b>72</b>
3.1.	RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A GESTORES CULTURALES.....	72
3.2.	RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN DE LOS VIDEOS MÁS VIRALES DE LOS INFLUENCERS INDÍGENAS.....	74
3.3.	RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.....	76
3.3.1.	<i>Redes Sociales de Mayor Consumo y Cuentas Activas</i> .....	76

3.3.2.	<i>Dispositivos de Conexión y Modalidades.</i>	76
3.3.3.	<i>Seguimiento de Influencers Indígenas e Influencers Seguidos.</i>	77
3.3.4.	<i>Contenidos Predilectos y Frecuencia de Uso de Redes.</i>	77
3.3.5.	<i>Razón de uso de Redes Sociales y Quién Emplea en Casa las Redes Sociales.</i>	78
3.3.6.	<i>Preferencias sobre Convertirte en Influencer, Promotor de tu Cultura e Impacto del Uso de las Redes Sociales en las Actividades Diarias.</i>	78
3.4.	DISCUSIÓN.	79
<b>4.</b>	<b>CONCLUSIONES.</b>	<b>82</b>
<b>5.</b>	<b>RECOMENDACIONES.</b>	<b>85</b>
<b>6.</b>	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.</b>	<b>86</b>
<b>ANEXOS</b>		<b>90</b>
	ANEXO I. ENCUESTA A ESTUDIANTES	90
	ANEXO II. ENTREVISTA A GESTORES CULTURALES.	92
	ANEXO III. GUIA DE OBSERVACIÓN.	93
	ANEXO IV. FOTOGRAFÍAS	95
	<i>Figura Anexo IV 1</i>	95
	<i>Figura Anexo IV 2</i>	95
	<i>Figura Anexo IV 3</i>	96
	<i>Figura Anexo IV 4</i>	96
	<i>Figura Anexo IV 5</i>	97

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1</b>	La lengua como factor de identidad cultural de un pueblo .....	<b>8</b>
<b>Tabla 2</b>	La religión dentro de la cultura .....	<b>9</b>
<b>Tabla 3</b>	La etnia y su significado dentro de la cultura .....	<b>10</b>
<b>Tabla 4</b>	Redes sociales y sus incios dentro del Ecuador .....	<b>14</b>
<b>Tabla 5</b>	Gestores culturales y sus respectivos cargos profesionales .....	<b>37</b>
<b>Tabla 6</b>	Entrevista al gestor cultural José Orlando Cevallos Lignia .....	<b>38</b>
<b>Tabla 7</b>	Entrevista al gestor cultural Mauricio Cisneros .....	<b>44</b>
<b>Tabla 8</b>	Entrevista a la gestora cultural Juliana Ulcuango .....	<b>51</b>
<b>Tabla 9</b>	Entrevista al gestor cultural Elvis Tuquerres .....	<b>56</b>

## Índice de Figuras

Figura 1 <i>Redes sociales favoritas entre los adolescentes de la Unidad Educativa Dolores Cacuango</i> .....	63
Figura 2 <i>En que redes sociales los estudiantes de la Unidad Educativa Dolores Cacuango tienen redes sociales con cuentas activas</i> .....	63
Figura 3 <i>Dispositivos que emplean los estudiantes de la Unidad Educativa Dolores Cacuango para conectarse a sus redes sociales</i> .....	64
Figura 4 <i>Qué modalidades tecnológicas les permite a los estudiantes lograr la conexión con internet</i> .....	64
Figura 5 <i>Conociendo cuantos estudiantes siguen a influencers indígenas</i> .....	65
Figura 6 <i>Cuáles son los influencers más preferidos por los estudiantes encuestados</i> .....	66
Figura 7 <i>Visualización del porcentaje de contenidos más vistos en redes sociales</i> .....	66
Figura 8 <i>Frecuencia en la cual los adolescentes emplean sus redes sociales</i> .....	67
Figura 9 <i>Razones principales del porque los adolescentes emplean redes sociales</i> .....	68
Figura 10 <i>Análisis sobre los miembros de la familia que emplean con uso frecuente las redes sociales</i> .....	69
Figura 11 <i>Los estudiantes que han pensado tanto en convertirse en influencers como los que no desean serlo</i> .....	69
Figura 12 <i>Criterio de parte de los estudiantes sobre ser influencers para mostrar sus tradiciones culturales propias de la zona</i> .....	70
Figura 13 <i>Consideración de parte de los estudiantes en base al tiempo que pasan dentro de las redes sociales y si las mismas afectan sus actividades diarias</i> .....	71

## Resumen

La presente tesis está enfocada en analizar el fenómeno de aculturación en la población adolescente de la cultura Kichwa Kayambi, específicamente de la zona de Cayambe. Para ello se empleó un método de tipo analítico, deductivo y de observación, el mismo nos emitió analizar de forma mucho más concreta y detallada el ámbito de entrevistas, análisis de videos virales de los canales de Youtube y las encuestas.

A su vez se emplearon enfoques de carácter cualitativo tales como entrevistas las cuales fueron realizadas a cuatro gestores culturales de la zona de Cayambe, dentro de este mismo enfoque se empleó la observación para ello se analizaron los videos más virales de los canales de Youtube tomando en cuenta a una muestra de cinco creadores de contenido de origen Kichwa. Y dentro de este aspecto se empleó lo cuantitativo, el cual abarcó encuestas, las mismas que fueron realizadas en la Unidad Educativa Dolores Cacuango a estudiantes de octavo a segundo de bachillerato.

El interés por el presente tema surge con base a la preocupación latente de que algunas comunidades están envejeciendo en la más remota soledad y esto se debe a que las generaciones más jóvenes no sienten ningún tipo de interés en seguir fomentando la cultura, ya que es vista como algo irrelevante e inclusive por temas de discriminación se llegan a avergonzar de sus raíces autóctonas, provocando que se pierda el verdadero significado.

Dentro del presente trabajo de titulación se da relevancia a ciertas terminologías de la cultura Kichwa Kayambi las cuales nos permitirán conocer más a profundidad sobre esta cultura, además se plantea una síntesis de aculturación y adolescentes kichwas Kayambi con los cuales se plantean las variables de estudio. A partir de estos elementos se desarrolló la descripción de materiales y métodos los cuales nos ayudaron a generar el apartado de resultados y discusión.

**PALABRAS CLAVE:** Aculturación, adolescentes, redes sociales, Cultura, Kichwa Kayambi.

## **Abstract**

This thesis is focused on analyzing the phenomenon of acculturation in the adolescent population of the Kichwa Kayambi culture, specifically from the Cayambe area. For this, an analytical, deductive and observation method was used, it showed us to analyze in a much more concrete and detailed way the scope of interviews, analysis of viral videos from YouTube channels and surveys.

At the same time, qualitative approaches were used, such as interviews, which were carried out with four cultural managers from the Cayambe area, within this same approach, observation was used, for which the most viral videos on YouTube channels were analyzed, taking into account counts a sample of five content creators of Kichwa origin. And within this aspect, the quantitative was used, which included surveys, the same ones that were carried out in the Dolores Cacuango Educational Unit to students from eighth to second grade.

The interest in this topic arises based on the latent concern that some communities are aging in the remotest solitude and this is because the younger generations do not feel any interest in continuing to promote culture, since it is seen as something irrelevant and even due to issues of discrimination, they become ashamed of their autochthonous roots, causing the true meaning to be lost.

Within the present titling work, relevance is given to certain terminologies of the Kichwa Kayambi culture, which will allow us to know more about this culture, in addition, a synthesis of acculturation and Kichwa Kayambi adolescents is proposed with which the study variables are proposed. From these elements, the description of materials and methods is developed, which will help us to generate the results and discussion section.

**KEY WORDS:** Acculturation, adolescents, social networks, Culture, Kichwa Kayambi.

## Introducción

El presente trabajo de tesis tiene como principal objetivo el identificar ciertas variables o patrones los cuales han confluído dentro de la pérdida de identidad cultural de la cultura quichua Cayambe. Así mismo para identificar aquellos factores que intervienen dentro de la mentalidad de los adolescentes los cuales se encuentran en un mundo donde las redes sociales priman sobre toda la sociedad como tal.

Para este trabajo se tuvieron presentes distintas variables, las cuales nos permitieron visualizar la existencia de un problema el cual se llama aculturación y esta menguando la identidad cultural dentro las culturas indígenas, afectando a los adolescentes los cuales son portavoces de estas culturas que deben mantener el legado propio.

A partir de la revisión bibliográfica realizada se plantea como la población de ascendencia indígena, en general, es altamente susceptible de experimentar procesos de aculturación; y como *los jóvenes de la cultura Kichwa Kayambi*, en particular, *se encuentran en un proceso de aculturación*.

Así, en esta investigación se busca constatar dicho planteamiento y profundizar en el tema para dilucidar los siguientes interrogantes:

- ¿Qué factores / motivaciones inciden en la aculturación?
- ¿Las redes sociales inciden en los procesos identitarios?
- ¿Qué riesgo o efecto produce la aculturación en los jóvenes?

Su respuesta debe conducir a la formulación de estrategias de manejo que minimicen el alcance e impacto del proceso de aculturación para este colectivo.

Esto lleva a definir los siguientes objetivos:

### **Objetivo General.**

Identificar, en general, los *factores / motivaciones* que inciden en la *aculturación* de la *población Kichwa Kayambi* en edades comprendidas entre los 12 a 18 años, a fin de minimizar su impacto y alcance.

### **Objetivos Específicos.**

- Identificar, en particular, la incidencia de las redes sociales en los procesos identitarios. (procesos para el establecimiento de la identidad cultural) de los jóvenes de la cultura Kichwa Kayambi
- Identificar los *riesgos o efectos* derivados del desarrollo del proceso de *aculturación* en los jóvenes de la *cultura Kichwa Kayambi*.

Para el logro de los objetivos propuestos, se plantea: Por un lado, el desarrollo de la revisión teórica, consignada en el capítulo 1; y por el otro, la definición de los materiales y métodos considerados, los cuales se registran en el capítulo 2; el análisis y discusión de los resultados obtenidos tras la aplicación de los instrumentos diseñados (la entrevista a los gestores culturales, la encuesta a estudiantes y la observación de la producción realizada por los influencers de la cultura Kichwa Kayambi) aspectos todos estos consignados en el capítulo 3; las conclusiones establecidas, señaladas en el capítulo 4; y finalmente, las recomendaciones sugeridas, registradas en el capítulo 5.

## 1. Estado del Arte

Este apartado tiene por objeto revisar la literatura relativa a la problemática de estudio: la Aculturación, identificando, el marco general dentro del cual se inscribe este concepto, y el marco particular dentro del cual se desarrolla este trabajo. A nivel general, se abordan dos dimensiones, por un lado, la cultura, la identidad cultural y el problema de la aculturación; y por el otro, las redes sociales. A nivel particular, se profundiza en el ámbito específico de la cultura de estudio: Kichwa Kayambi, así como el tema de las redes sociales en el ámbito de Ecuador.

### 1.1. Cultura

Havelka (2021) Previamente Cicerón, un filósofo y orador de origen Romano, describió a la cultura como un cultivo del alma. La palabra se definió como Kultur la cual simbolizaba una meta personal hacia la perfección tanto humana, intelectual como espiritual. Antiguamente la cultura se relacionaba con artes, religión, a mediados del siglo XX el término cultura se enfoca en un ítem humanista el cual se relacionaba con el desarrollo intelectual de cada persona, el mismo incluía todas las actividades e intereses del pueblo (párr.1).

Dentro de esta misma línea OEA (2002) menciona que con el pasar de los años, la palabra cultura ha tomado distintas rutas de significados, la misma siempre ha estado relacionada a la civilización y progreso. Pero en los años 50 era vista como un obstáculo en cuanto al progreso y desarrollo material.

Por tanto, la cultura es una marcha de cambio y progreso donde toda la sociedad debe ser considerada como fuente valiosa llena de aprendizaje pues siempre está en un punto de innovación permanente.

Porto & Gardey (2009) mencionan que para centrarnos dentro de la cultura analicemos su término que proviene del vocablo latín *Cultus*, el cual significa "cultivo del espíritu humano". Con el pasar de los años la palabra cultura ha dado un giro hacia un significado más coloquial, pero desde siempre este término se vincula con la civilización y progreso de las naciones (párr.1)

El autor Strauss (1947) define a la cultura como un sistema de comunicación el cual está regido por el intercambio de los valores más preciados de la humanidad: las palabras, la oralidad, el lenguaje ya sea este hablado o escrito.

En la misma línea, Kuper (2001) elabora una historia sobre la evolución del concepto de cultura; él mismo explica que esta palabra se origina en debates intelectuales del siglo XVIII en Europa.

Strauss (1963) menciona que la cultura es un sistema de comunicación en el cual los valores son intercambiados; esto quiere decir que son las palabras las cuales se relacionan con el lenguaje, parentesco familiar y sistemas económicos.

A su vez el autor Grimson (2008) señala que este término nació principalmente para hacerle frente y oponerse a la palabra "Alta Cultura" el mismo estaba lleno de teorías racistas en las cuales se hacía hincapié en cuanto a jerarquías desde la más alta hasta la más baja. Pero este autor menciona que dentro del concepto de cultura los cuales están divididos en personas "cultas" e "incultas", hay que recordar que durante el siglo XVIII se veían a las personas "cultas" como conocedores de arte, lectura y obras teatrales estas costumbres eran notorias de personas con altos recursos económicos (p.48).

Por otro lado, el autor Keesing (1993) hace un hincapié en cuanto a preservar la idea de cultura para su uso académico; ya que el mismo se puede percibir como una herramienta valiosa y distintiva la cual nunca se debe abandonar.

La cultura es transmitida de forma generacional a través de los años y un punto clave de esta transmisión de información es la comunicación oral o escrita, la cual puede darse a través de leyendas o creencias populares, a pesar de que este concepto se ha ido transformando a lo largo de los años siempre ha denotado expresión y diferencia entre determinados grupos de personas.

### ***1.1.1. La Comunicación como Forma de Transmisión***

Para Gómez (2016) la comunicación se remonta desde la antigüedad, la misma ha colaborado en cuanto a la resolución de conflictos sociales y a la postulación de ideas en base a grandes inventos.

Delgado (2012) define esta palabra como un proceso que consiste en transmitir o intercambiar mensajes entre un emisor y un receptor, es importante dentro del núcleo social para compartir información de forma verbal o gestual. Dentro de este aspecto puede generarse "ruido" o interferencias para el autor Giménez (2011) este aspecto es interferente, el mensaje expresado se corta y existe fracaso y disimetrías culturales.

La comunicación conlleva un proceso para el autor Cabello (2008) menciona que este proceso es de importancia para conformar una cultura, este proceso es vinculado dentro del proceso de conformación de las sociedades industriales.

Giménez (2011) menciona que hay que tener en cuenta que la comunicación prevalece y se maneja sobre un ambiente cultural y por ende se comparte sea en gran o poca cantidad con los participantes. A su vez esta opera sobre preconstruidos culturales los cuáles enseñan sobre códigos quienes determinan lo correcto e incorrecto sobre los comportamientos interactivos al igual que el manejo de emociones y distancia física que existe dentro de la comunicación (párr.37).

Dentro del contexto de comunicación Hall (1997) menciona que la cultura se vincula en cuanto a producción y manejo de significados, la cual sucede dentro de los miembros de una sociedad. La cultura y la comunicación depende de los participantes los cuales interpretan su entorno y le dan sentido al mundo de una forma semejante.

Para Ferrer (1994) la comunicación consiste en crear significados los cuales son compartidos en a través de procesos simbólicos. Dentro de esta misma temática Schramm (1972) comenta que sin importar que las personas tengan distintos ideales de pensamiento hacen entender y valer su mensaje que intentan compartir.

Para Chiavenato (2006) postula que la comunicación es un intercambio informativo entre personas, este término implica un proceso fundamental que fortalece a las sociedades ya que permite que conocer sus tradiciones y a la vez de transmitir las generacionalmente para que no queden olvidadas.

El hecho de comunicar es de importancia ya que compartimos algo con otras personas, el comunicarse es una necesidad que involucra necesidad de ponernos en contacto

con otras personas y culturas a la vez que intercambiamos ideas basándonos sobre experiencias o conocimientos sobre nuestra propia cultura, es aquí donde entra la memoria colectiva y el motor principal para que esto se logre es la comunicación verbal, escrita gestual.

### ***1.1.2. Importancia de la Cultura en la Sociedad Actual.***

Ramírez (s,f) menciona que la cultura dentro de la sociedad actual se constituye de elementos para el desarrollo de las personas y de la sociedad como tal; cabe recalcar que estos se han ido modificando de forma paulatinamente global. La cultura es de importancia para conocer expresiones artísticas las cuales en el transcurso de los años se han transformado en elementos de crecimiento económico, espiritual e intelectual. A su vez la diversidad permite que las comunidades y pueblos de otros lugares conozcan las tradiciones y costumbres propias de un determinado país, es importante conocer el inicio de los antepasados (parr.2).

Generalmente esto se debe a que en casa o en entornos educativos no se refuerza mucho las tradiciones ancestrales, haciendo que las mismas queden olvidadas y vayan paulatinamente desapareciendo de poco a poco y aun mas con el apareamiento de las redes sociales.

Corvalán (2012) pone a disposición una serie de factores los cuales determinan la evolución de las acciones culturales y socioculturales dentro de las que se puede resaltar lo siguiente:

- Una sociedad masificada. Se desarrolla el concepto de cultura de masas, a su vez se instalan conceptos de ocio y tiempo libre.
- Nuevas estructuras de distribución económica, provocando un nuevo orden social el cual viene cargado de marginación económica, cultural, social y educativa; esto quiere decir que hay un poco acceso a estos ítems en cuanto a poblaciones indígenas.
- La sociedad está programada y el estado ejerce un fuerte control sobre la sociedad.

### ***1.1.3. Influencia de los Medios de Comunicación en la Cultura y la Educación.***

Martínez (1994) dentro de esta temática, menciona que los medios de comunicación deben ser empleados en la enseñanza secundaria y universitaria, los medios tienen que ver con profesionales de empresas y también a estudiantes los cuales se encuentran vinculados con entornos mediáticos y tecnológicos (parr.1).

Hernández (2017) comenta que dentro del ámbito educativo el cuerpo docente está en su deber de asegurar la cultura como un medio de existencia del hombre y como razón de sus acciones. Por ende, hay que tener en cuenta que la cultura es comunicación y la escuela o colegio sin duda alguna debe ser un lugar donde se fomenten actividades de tipo cultural las cuales están encaminadas a conocer la cultura y tradiciones de la zona (p.6)

Agudelo (2008) menciona que tanto docentes como estudiantes consumen medios comunicacionales como la televisión y películas las cuales son consumidas tanto por docentes como estudiantes de forma diaria, dentro de la lectura de prensa impresa o virtual los maestros la consumen en una mayor cantidad, por otro lado, se emplea el uso del ordenador el cual es común por ambas partes (p.234).

Cabe recalcar que los profesores tienen que estar en constante actualización para el uso correcto de los medios comunicacionales, para de esta forma fomentar correctamente la lectura y hacer de esta forma que los aprendizajes sean más dinámicos para que los estudiantes recepten la información. Con el correcto uso de los medios en aulas de clases se han presentado dificultades ya que en algunos casos los docentes no han recibido una correcta capacitación sobre el tema de manejo de medios comunicacionales dentro del aula de clase, cabe recalcar que esto varía de una zona a otra

Investigaciones del tipo educativo se centran en cuanto a los problemas existentes dentro de la comunicación los cuales son provenientes en base a un cambio cultural. Hoy no es posible, sin embargo, limitarse a lo que ocurre en la escuela. Los principales problemas de la comunicación provienen de un cambio cultural muy importante que resulta de la acción de factores como las migraciones del campo a la ciudad, la pérdida de legitimidad de las instituciones y el impacto de los medios masivos de comunicación.

## **1.2. Identidad Cultural.**

A partir del concepto de cultura, en este apartado se profundiza el tema de la Identidad Cultural, empezando por su significado. Al respecto se encuentran diversas acepciones.

Molano (2007) menciona que la identidad cultural tiene que ver con creencias, símbolos y comportamientos los cuales son compartidos por miembros de una sociedad o determinado grupo de personas, la identidad cultural tiene que ver con el sentido de pertenencia y conexión hacia determinados territorios (p.73)

Para Enciclopedia (2013) el concepto de identidad cultural está fuertemente relacionado con tradiciones, valores y creencias los cuales son compartidos por determinados grupos o comunidades dando de esta forma un sentido de pertenencia al lugar de origen potenciando de esta forma las tradiciones orales, así como la memoria colectiva (p.24).

La identidad cultural es de suma importancia ya que brinda distinción y diferenciación de ciertos grupos sociales resaltando de esta manera sus diferencias individuales, las cuales son motivo de constante estudio.

Dentro de la misma línea Pérez (1999) menciona que el pueblo tiene una identidad cuando los individuos conviven y comparten tradiciones, creencias, costumbres. También hay que tener presente que la identidad es la marca propia de un pueblo; la cual se mantiene a lo largo de los años.

Dentro de este mismo ámbito el autor Varas (2003) menciona sin duda alguna el rasgo principal de la identidad cultural es el carácter anónimo e inmaterial pues los mismos son producto de un entorno y memoria colectiva.

A su vez la identidad cultural es vista como un conjunto de expresiones tales como creencias, tradiciones y símbolos los cuales corresponden a una determinada comunidad. La identidad les brinda a los individuos un sentido de pertenencia y de identificación con sus semejantes. Cabe recalcar que todos poseemos una identidad cultural la misma se encuentra

determinada por el lugar de origen y por las costumbres o tradiciones que hemos llegado a aprender a lo largo de nuestra vida.

Por otro lado, UNESCO (2023) postula que el patrimonio cultural no solamente se trata sobre monumento u objetos valiosos, si no que trata sobre tradiciones culturales, el patrimonio se refiere a tradiciones que fueron impuestas por nuestros antepasados por medio de leyendas e incluso expresiones artísticas.

El patrimonio cultural inmaterial es un factor de suma importancia ya que el mismo mantiene la diversidad cultural la cual está expuesta por el creciente avance de la globalización. El simple hecho de mantener vivo el patrimonio cultural inmaterial fomenta un diálogo entre culturas promoviendo así conocimientos extras y el respeto y empatía a otras tradiciones y modos de vida.

Para Hall (1995), la identidad cultural no es simplemente la expresión de la «verdadera historia» de cada grupo o nación, sino que puede ser entendida como el relato a través del cual cada comunidad construye su pasado, mediante un ejercicio selectivo de memoria

Bakula (2000) menciona que el patrimonio y la identidad cultural son elementos variables que están sujetos a cambios y usualmente están condicionados por factores externos y la continua e intensa retroalimentación de ambas terminologías.

Dentro de esta misma temática Molano (2007) postula que la identidad cultural se encuentra fuertemente vinculada a la historia y al patrimonio cultural, es importante que recordemos que la identidad cultural es inexistente cuando no hay memoria; para ello debe reconocer el pasado, así como también los elementos simbólicos que son propios de la cultura y a su vez ayudan a construir el futuro y la memoria colectiva (p.74)

Es importante tener en cuenta que la identidad cultural es un factor importante dentro del desarrollo territorial a tal punto que en Europa y América Latina apuestan por revalorizaciones entre lo cultural y de identidad, recreando de esta forma nuevas identidades culturales y patrimoniales.

### ***1.2.1. Elementos de la Identidad Cultural***

La identidad cultural se encuentra comprendida por varios elementos los cuales hacen único y especial el entorno cultural de una determinada zona, región o país.

#### **1.2.1.1.Lengua.**

Principalmente la lengua se define como un medio de expresión, alrededor del mundo podemos encontrar diversos idiomas los cuales posibilitan a que una sociedad, comunidad, país o continente sea identificado de otros, haciendo que este aspecto sea inviolable e inmodificable. En la Tabla 1, se referencia la concepción e importancia de este concepto.

#### **Tabla 1**

##### *La lengua como factor de identidad cultural de un pueblo*

---

Para el autor Zambrano (2008) la lengua es un signo identitario dentro de una comunidad o sector específico, al hablar el mundo es fácil ya que establecemos relaciones con otras personas, a la vez de que el lenguaje se ha adaptado y ha sido entendido como un instinto de supervivencia, he aquí donde se menciona la teoría la cual postula que los más fuertes no tienden a sobrevivir si no que los que se adaptan a cambios dentro del medio lograrán sobrevivir dentro del medio (p.63)

---

Dentro de esta misma temática, Álvarez (1999) menciona que la lengua brinda un sentido de pertenencia a un grupo determinado de personas las cuales comparten tradiciones diversas, por tanto, es un factor identitario que a raíz de él nacen dialectos, jergas haciendo que los pueblos se identifiquen.

---

*Nota.* Datos extraídos de la revista "Informe Internacional", artículo "La Lengua: espejo de la identidad" (s,f).

### 1.2.1.2. Religión.

Originada con base a mitos y leyendas, posteriormente transformada en lo que hoy conocemos como es la religión la cual se encuentra de forma mundial. En la Tabla 2, se consigna su origen, evolución y concepción.

**Tabla 2**

*La religión dentro de la cultura.*

---

Morris (1995) Con el pasar de los años este concepto se ha ido transformando, para ello la religión en contextos antiguos se creía sobre la existencia de seres sobrenaturales que estaban relacionados con fenómenos naturales; es necesario tener en cuenta que las religiones evolucionan dentro de los ámbitos politeístas a monoteístas; estas evidencias se pueden encontrar dentro de civilizaciones primitivas (p128).

---

Camarena & Tunal (2009) establecen que la cultura y religión forman parte de la edificación de sociedades ayudándonos, considerando a la religión como una creación humana. La religión cobra fuerza dentro de la cultura, ya que nos ayuda a construir la personalidad desde la infancia y de esta forma genera una colectividad (p.1)

---

Dentro de este mismo ámbito el autor Eliade (1983), menciona que los mitos y ritos son elementos de división entre el mundo religioso, recordemos que antes los mitos y leyendas eran muy conocidos dentro del mundo. La forma de actuar y pensar de una sociedad se rige por medio de los mitos ya que priman dentro del comportamiento el cual es considerado ideal dentro de una población; a su vez se encuentran rodeados de símbolos quienes forman de sacramentos (p.6).

La postura del autor Yúdice (2002) es que la religión es una forma de vida que nos brinda identidad y una visión nueva, pero también pueden existir patrones discriminatorios en base a creencias que algunos grupos tienen, generando de esta forma discriminación y perturbación social (p.10)

---

*Nota.* Extraído de la revista "Nómadas", artículo "La religión como una dimensión de cultura (2009).

### 1.2.1.3.Etnia.

Según RAE (2023) este término se refiere a una comunidad determinada de personas las cuales presentan rasgos comunes sean físicos o en concreto a sus tradiciones culturales y sociales. En la Tabla 3, se amplía este significado.

**Tabla 3**

*La etnia y su significado dentro de la cultura.*

No.	Significado
1	Cepal (2011) se refiere a un grupo humano en el cual se comparten ámbitos en común como costumbres y cultura; los miembros de una etnia se encuentran vinculados por una identidad o un lazo de pertenencia; a su vez el concepto de etnia se traslada a lo que es un grupo étnico el cual se define como una comunidad la cual afuera de compartir ascendencia y rasgos físicos característicos comparten creencias, cosmovisión, idioma y territorio; estos elementos permiten que las culturas sean identificadas de forma propia y distintiva de las otras (p.11 ).
2	Wade (2000) El significado respecto a etnia, raza y étnico, han sufrido cambios a lo largo del contexto histórico en cuanto a su significado, el término étnico o etnia proviene del griego <i>ethnos</i> que significa pueblo; este término se utilizó para mencionarse a los "paganos" o "bárbaros" hasta el siglo XIX; posteriormente se emplearía para dar significados raciales a ciertos grupos de determinadas zonas (p.72).
3	Dentro de este apartado ha surgido el tema del racismo el cual es postulado por el autor Spencer (1903) la cual sostuvo que las razas o etnias las cuales se caracterizaban por su postura social elevada eran las que tenían un derecho en cuanto dominar a las clases inferiores.

*Nota 1.* Extraído de CEPAL, artículo "¿Quiénes son los pueblos indígenas y afrodescendientes?: El difícil arte de contar"

*Nota 2.* Extraído de "Raza y etnia, sexo y género: El significado de la diferencia y el poder.

*Nota 3.* Extraído de ‘‘Raza y etnia, sexo y género: El significado de la diferencia y el poder (2012).

### ***1.2.2. Importancia de la Preservación de la Identidad Cultural.***

Hay que tener en cuenta que la construcción de la identidad cultural juega un papel importante en cuanto a experimentar en base a conocimientos en cuanto a conocer y comprender sobre otras culturas las cuales nos rodean.

Dentro de esta línea Miranda & Hernández (2011), aportan que la educación es una vía rápida de transmisión en cuanto a conservación y desarrollo de identidad cultural, ya que se desarrollan actividades para permitir a los estudiantes afianzar conocimientos en cuanto a sus raíces culturales.

Miranda & Hernández (2011) Dentro de la actualidad hay un gran reto el cual es el de preservar la cultura en situaciones hostiles; esto se puede observar con el paso de la modernidad y globalización, es por tal motivo que se debe garantizar una preservación de valores auténticos para que lo cultural prevalezca en el tiempo y las tradiciones no queden en el olvido y a su vez para que las mismas lleguen a las generaciones futuras, sin asumir patrones que cansan a las personas y las mismas generen actitudes de desarraigo social (pág.4).

Según Spencer (s.f) consideró el significado de cultura y a su vez logró concebir a la cultura como un sistema superorgánico, Herbert Spencer decidió a denominar esta terminología así; porque consideraba a la cultura como un sistema de conocimientos el cual existe sobre la naturaleza biológica del hombre, en pocas palabras este concepto simboliza que la cultura y tradiciones no provienen de los instintos y biología humana; sino de los conocimientos creados e instaurados por el hombre dentro de la dinámica de la vida social (p.5)

Dentro del contexto de la actualidad existe un peligro latente de que las identidades culturales de los pueblos se pierdan paulatinamente a lo largo de los años, es por tal motivo que debemos preservar los valores culturales de cada pueblo para que los mismos permanezcan dentro del contexto del tiempo y que de esta manera las futuras generaciones transmitan estos ítems y los mismos no se queden en el olvido. Es vital que los adolescentes

de distintas culturas transmitan estos valores empleando herramientas modernas como son las redes sociales actuales.

### **1.3. Redes Sociales**

En este apartado se definen y tipifican las redes sociales, en general, y caracterizan dentro del ámbito de Ecuador.

#### ***1.3.1. Definición***

Dentro del contexto de actualidad las redes sociales nacieron para ser herramientas tanto de ayuda comunicacional como de información, donde tanto los consumidores de contenido y las organizaciones de carácter empresarial comparten, difunden y crean información para atraer a públicos objetivos en base a sus necesidades.

Estos espacios que han sido creados virtualmente para facilitar interactuar con otras personas que se encuentren alrededor del mundo, estas interacciones están sujetas por cláusulas de anonimato total según lo decida el usuario; a su vez hay una gran facilidad de contacto en estos espacios virtuales también se pueden suscitar relaciones de seguridad e inseguridad a la privacidad.

Sobre el significado de este término RAE (2023) propone que son plataformas las cuales se encuentran presentes dentro de internet, las mismas facilitan que los usuarios creen perfiles donde se colocan sus intereses en común, con el fin de compartir información a otros usuarios que naveguen dentro de estos espacios

Para situarnos en contexto, las redes sociales han tenido una gran acogida a nivel mundial, pero previo a esto debemos observar el alcance del internet ya que sin el sería imposible que estas conexiones existieran. Para tener una clara idea sobre esto el autor Kemp (2018) considera que a nivel mundial se presenta las tres cuartas un 42% de la población, la misma posee acceso a redes de internet, los mismos son activos en las redes sociales.

Dentro del ámbito los autores Gértrudix, Borges & García (2017) comentan que dentro de las redes sociales el usuario constantemente está en búsqueda de reconocimiento por parte de otros usuarios los cuales navegan dentro de estos lugares, es aquí donde el efeto Harthorne entra el cual se caracteriza por ser un sujeto participativo dentro de las redes en

cuanto a compartir el mejor contenido en cuanto a fotografía y video, dentro de esta parte se produce un efecto estimulante y de satisfacción donde el usuario se siente reconocido a través de feedback en cada publicación realizada (p.64-65).

Los autores Salas, Guzmán & Clemente (2018) A su vez mencionan que las redes sociales en la actualidad son vistas como algo obligatorio y por ende se convierten en algo adictivo dentro del círculo social de los adolescentes, esto se da en base a que los mismos gustan de estar integrados en torno a grupos sociales.

Una vez que ya hemos conocido sobre las diversas definiciones de redes sociales, ahora pasaremos a sus tipos los cuales son muy diversos y enfocados a ciertos grupos de edad en base a sus gustos o preferencias.

### ***1.3.2. Tipos de Redes Sociales en la Actualidad.***

Claudia Roca (2023) enlista los siguientes tipos de redes sociales en base a la actualidad y gustos diversos de los usuarios, estas son:

#### **1.3.2.1. Redes sociales de tipo horizontal.**

Principalmente han sido pensadas para usuarios los cuales sean amantes de una temática específica; tal es el caso de Medium una red social dedicada a escritores, amantes de la literatura y artículos. Por otro lado, se encuentra presente Twitter donde las opiniones de diversos temas se plasman y se discuten con otros usuarios.

#### **1.3.2.2. Redes de ocio.**

Un claro ejemplo es la red social Twitch en ella se presentan foros los cuales están encaminados a la temática de videojuegos.

#### **1.3.2.3. Blogging y microblogging.**

Encaminados a lograr la interacción entre personas; se tiende a compartir el contenido escrito y también se pueden crear blogs especiales los cuales están encaminados

a ciertos temas para grupos de personas, dentro de ellos se tienden a discutir sobre temas específicos.

#### **1.3.2.4. Redes sociales profesionales.**

Según Corbin (2017) menciona que existen redes sociales las cuales están encaminadas hacia entornos mucho más profesionales. Sin duda alguna la más popular en la actualidad es LinkedIn, estas redes son usualmente empleadas para la búsqueda de empleo y para compartir contenidos laborales, generalmente sus participantes son personas de carácter laboral.

#### **1.3.3. Redes sociales Más Utilizadas en la Actualidad en Ecuador.**

En este apartado se registra el surgimiento e importancia de las redes sociales en el ámbito educativo en el Ecuador.

##### **1.3.3.1. Historia de las Redes Sociales en Ecuador**

A continuación, en la Tabla 4, se precisa el origen y evolución de las redes dentro del ámbito ecuatoriano.

#### **Tabla 4**

##### *Redes sociales y sus inicios dentro del Ecuador*

---

López & Beltrán (2018) menciona que durante el año de 1991 la compañía Ecuánex se presentó con el primer acceso a este medio gracias a un vínculo establecido con la "Corporación Interinstitucional de Comunicación Electrónica "Intercom". En el año de 1992 gracias a la mano de la "Corporación Ecuatoriana de Información". Se establece "Ecuánex" los auspiciantes de esta idea fueron el Banco del Pacífico y la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil; cabe recalcar que en estas épocas las organizaciones de tipo gubernamental poseían acceso a internet, así como también escuelas y colegios (p.56).

---

---

López, Beltrán & Morales (2018) mencionan que en el apogeo del año 2000 las (TIC'S) o tecnologías de la información se hacen más populares, es aquí cuando el apareamiento de los locales de internet como "cyber cafés" tuvieron mucha popularidad, se tiene en cuenta de que en el año 2018 existen 10 proveedores de internet los cuales participan dentro del mercado. Por otro lado, en el año 2005 el apareamiento de los sitios web en los cuales se centran en blogs para compartir información entre usuarios; es aquí donde nace la Web 2.0 en la cual es colaborativa. Dentro de esta misma línea en el año 2006 encontramos que Facebook se empleaba como una red profesional, en la cual los más jóvenes crean sus perfiles sociales, en el año 2010 empieza a ser empleada en escenarios empresariales y busca clientes potenciales (p.4-5).

---

Por otro lado, los autores Noriega & Cruz (2018) postularon que las redes sociales han crecido de forma exponencial y por tanto es importante tener un conocimiento sobre cómo se utilizan y en base a ello aportar un análisis de cómo las mismas afectan a niños, adolescentes, jóvenes e inclusive a adultos (p.579)

---

*Nota.* Extraído de "Polo del Conocimiento" (2023)

#### ***1.3.3.1.1. Youtube.***

Esta es una aplicación multiplataformas, esto quiere decir que se adapta a cualquier dispositivo, dentro de ella se publicitan empresas y artistas los cuales publicitan a manera de videos cortos llamados anuncios, cabe recalcar que cada una de las publicidades están dispuestas en cuanto a la edad del usuario y estilo de vida de los mismos.

Para Rivera & Ordoñez (s.f) mencionan que Youtube ha reemplazado a la televisión tradicional desde la primera publicación realizada en el año de 2005 y con el pasar de los años ha sufrido distintos cambios y modificaciones, a su vez Google analizó las posibilidades y encontró un alto potencial encaminado para el futuro. Dentro del contexto de competencia al medio tradicional Youtube en el año 2019 decidió crear el proyecto de YoutubeTv, el cual fue segmentado en distintas edades desde niños hasta personas de edad adulta (p.84-85).

A lo largo de los años Youtube ha presentado modificaciones las cuales la hacen una aplicación mucho más eficiente tenemos el caso de Youtube shorts una nueva iniciativa para

observar videos cortos, en este sentido se podría decir que Youtube trata de moldearse en cuanto a las redes sociales del momento.

Es aquí donde entra la propuesta de la CEO de Youtube Kamangar (2014) la cual instauro la idea de crear programación la cual este encaminada para grupos de distintas edades, he aquí podemos observar los nuevos planes familiares que hay dentro de Youtube como "Youtube Kids" una iniciativa encaminada para niños menores los cuales quieran disfrutar de contenido de acuerdo a su edad.

#### ***1.3.3.1.2. Facebook.***

Esta red social estaba prevista que se extinguiera esto se debía a que existían regulares resultados en cuanto a su economía, cuentan con alrededor de 2,9 millones de usuarios con perfiles activos dentro de este espacio social, en el transcurso del año 2017 Facebook tuvo un récord notorio de 2.000 millones de usuarios los cuales hasta el día de hoy se encuentran activos. Para entrar en el contexto de Ecuador según un informe de Mentino Group (2022) menciona que Facebook posee 13,3 millones de usuarios. Pero por otro lado se observó que el público de 13 a 17 años de edad ha perdido interés en esta. Mudándose de esta forma a redes sociales del momento como son Instagram y TikTok.

#### ***1.3.3.1.3. Instagram.***

Según un estudio de Mentino Group (2022) señala que esta red se encuentra en el tercer puesto actualmente, ya que Facebook volvió a tener relevancia dentro del mercado de redes sociales, Instagram es una red social la cual data desde el año 2010 y principalmente fue creada para la publicación de fotografías.

Dentro de este contexto según estudios de Statista (2023) menciona que Instagram es un canal que es frecuentado por negocios que emplean estrategias de marketing cuyo objetivo es crear un engagement para los clientes frecuentes o nuevos.

#### ***1.3.3.1.4. TikTok.***

Camacho (2021) menciona que esta plataforma ha tenido 1.600 millones de descargas, la misma ha implicado una reñida competencia entre Instagram y Facebook.

Según un Informe de HootSuite (2023) Tik Tok en Ecuador ha crecido tanto en adolescentes como en personas mayores las cuales constan en edades de 18-24 años con un 32% inclusive hasta personas 25-34 con un 24%.

Por su parte, Primicias (2023) señala que dentro de esta aplicación se puede encontrar que este medio no solamente sirve para observar contenido de entretenimiento; sino para informar sobre hechos y noticias.

### **1.3.3.2.Importancia de las Redes Sociales en la Educación de los Adolescentes.**

Para el autor Valencia (2019) recalca que las redes sociales facilitan la comunicación entre profesores y estudiantes, las mismas están encaminadas a promover retroalimentación de conocimientos. Hay que tener en cuenta que estas plataformas son para fomentar el trabajo en equipo y espacios para compartir ideas y de discusión académica (p.585)

Dentro de esta misma línea los autores Tonato y Valencia (2021) postulan que la utilización de estos espacios debocan en puntos a favor y en contra. Ya que por una parte las redes sociales son una herramienta la cual permite el comunicarse para hacer trabajos grupales, así como también la colaboración en foros de discusión académica por parte de alumnos y profesores. Estudios encaminados al conocer sobre la utilidad de las redes sociales muestran que el usar de forma responsable estos espacios aumenta la participación e interés por aprender de parte de los estudiantes (p.585)

Pero también son existentes los riesgos latentes respecto al uso de las redes sociales dentro de ambientes educativos, tal y como lo menciona Pacheco (2018) ya que dentro de las mismas puede existir una falta de control interno por parte del docente o estudiantes a cargo, muchas veces el contenido tiende a derivarse, lo que provoca el rendimiento académico de los estudiantes (p.586)

Existe el ítem para comprender el impacto académico que han tenido las redes sociales el cual se tula "El enfoque sociocultural de Vygotsky", para ello el autor Cabrera (2016) menciona que el mismo es una teoría la cual muestra una relevancia entre cultura y desarrollo humano, para ello Vygotsky aportó que tanto el aprendizaje como el desarrollo se

encuentran fuertemente relacionados, ya que el aprendizaje es visto como un aprendizaje de entorno social donde el estudiante tiende a interactuar con sus compañeros para preguntar o retroalimentar conocimientos, esta retroalimentación permite tener un aprendizaje continuo (p.587)

Dentro de esta misma línea para el autor Bravo (2022) menciona que es de vital importancia que el cuerpo docente se encuentre en constante vinculación y conocimiento con otros profesores de otras áreas para poder construir espacios participativos entre estudiantes. Es aquí donde se enfatiza en construir conocimientos los cuales se encuentren enfocados de forma atractiva (p.587).

Tengamos en cuenta que las redes sociales y cualquier plataforma digital la cual se desempeñe para fines educativos es de gran ayuda para tener un aprendizaje inmediato lejos del aula de clases, lo cual proporciona que el aprendizaje trascienda espacios donde el estudiante y docente tienen una relación cercana a la vez que participan y hacen valer sus opiniones ante temas vistos en clase.

Dentro del aspecto teórico según los autores Álvarez y Muñoz (2021) resaltan sobre la importancia de los conocimientos tecnológicos dentro de los entornos educativos, dentro de este mismo aspecto se destaca lo importante que es el conocer y manejar responsablemente estas nuevas tecnologías las cuales se encuentran encaminadas a aspectos de entretenimiento así como también al estudio y participación.

#### **1.4. Aculturación**

En esta sección se profundiza en la Aculturación, considerando su definición, los modelos que se configuran, su relación con la salud mental y los factores de que la causan, con especial atención a la migración.

##### **1.4.1. Definición**

La aculturación tuvo orígenes entre los ámbitos antropológicos y sociológicos pues se consideraba como un fenómeno de origen cultural es aquí donde entra la terminología "aculturación psicológica". Graves (1967) define este proceso como un compendio de

transformaciones a nivel conductual de parte del individuo el cual participa con el contacto de nueva cultura la cual se hace desconocida para él (p.40)

Wachetel (1976) esta palabra presenta un doble significado, el cual implica el concepto en cuanto al encuentro de dos culturas una colonizadora y otra autóctona de la región la misma es conquistada y sus costumbres son violentadas y existe una resistencia social entre los habitantes los cuales hacen frente a la no pérdida de sus costumbres o tradiciones.

Desde otra mirada, Berry (1980) menciona que el término de aculturación viene conceptualizado en cuanto las disciplinas psicológicas, esto quiere decir que implica el adquirir nuevas conductas y normativas de convivencia donde se realiza el cambio hacia un ambiente diferente.

#### ***1.4.2. Modelos***

Dentro de la aculturación existen modelos de entre los cuales se destaca el aspecto psicológico, en ellos tenemos a la aculturación psicológica la cual se clasifican en:

##### **1.4.2.1. Modelos Centrados en el Contenido.**

Los autores Ward & Kennedy (1993) mencionan dos ámbitos que definen a los modelos, los cuales son:

###### ***1.4.2.1.1. Psicológicos.***

Estos modelos se relacionan con la salud mental y bienestar psicológico.

###### ***1.4.2.1.2. Socioculturales.***

Estos modelos corresponden a las manifestaciones de tipo externo que provocan apropiaciones de tipo de conductas de desenvolvimiento social como son los valores y modo de tratar estas son dimensiones las cuales deben ser incluidas dentro dimensiones de tipo sociocultural.

### **1.4.2.2. Modelos de Acuerdo con el Proceso.**

#### ***1.4.2.2.1. Modelos bidimensionales.***

Fajardo, Patiño & Patiño (2008) Establecen que la persona puede mantener un fuerte vínculo con las culturas; ya que la aculturación no tiende a ser dominante dentro de estos escenarios culturales; dentro de esta perspectiva nacen los tres modelos de aculturación.

#### ***1.4.2.2.2. Modelo desde la identidad étnica.***

Hutnick (1991) menciona que existe una identificación en la cual el inmigrante realiza una referencia en cuanto a la cultura de su grupo étnico, a su vez este modelo busca la exploración del yo como la percepción, consciencia y valoración que el propio individuo posee en el ámbito del sentido de pertenecía hacia una comunidad donde se busca una identificación de los individuos (p.41)

### **1.4.2.3. Modelo de la perspectiva de contacto.**

Dentro de este ítem, Berry (1980) se centra dentro del tipo de contacto existente entre el individuo y el grupo cultural al que pertenece.

La perspectiva del contacto encuentra similitudes con Hutnick (1991) en donde se menciona sobre el deseo del individuo por mantener vínculos entre las mismas personas de su misma cultura y también desea por conocer a miembros de culturas dominantes.

### ***1.4.3. Aculturación y Salud Mental***

#### ***1.4.3.1. Estrés y aculturación.***

Generalmente este aspecto sucede cuando un grupo se relaciona con una nueva cultura la cual posee un idioma distinto al igual que sus tradiciones sociales, la cultura la cual integra se ve envuelta en retos adaptativos tanto a su idioma y tradiciones culturales. Para Berry (1987) este proceso genera estrés al individuo el cual se ve en la necesidad de

adaptarse con rapidez a la nueva cultura, dejando atrás sus raíces, generando así un proceso de aculturación.

#### **1.4.3.2.Naturaleza de la sociedad receptora.**

Berry (1987) se refiere a que los problemas de salud mental serían menores dentro del escenario de sociedades multiculturales, las cuales permitirán que el inmigrante se integre dentro de sociedades las cuales sean segregativas y exclusivas.

Según estudios de Bourhis (1997) mencionan que la comunidad es adaptativa a los cambios dentro de su entorno; por medio de estereotipos como motivo de organizar la realidad impuesta.

#### **1.4.3.3.Grupo de aculturación.**

Dentro de este ítem los principales grupos de aculturación definidos según Berry (1987) son migrantes, gente nativa y visitantes temporales o turistas que estén visitando el país con sus respectivas culturas.

#### ***1.4.4. Factores Causantes de la Aculturación***

Según Significados (2023), dentro de la sociedad han existido dos factores, los cuales han marcado el proceso de la aculturación. El primero es la globalización masiva en cuanto a avances tecnológicos ha marcado un proceso importante dentro de la aculturación, la cual ha modificado totalmente a las culturas el nacimiento del internet ha implicado un antes y un después dentro de la sociedad. El segundo aspecto es la violencia, las guerras que han marcado épocas, es aquí donde se menciona a la colonización española un país nuevo llegó a formar parte imponiendo violentamente sus tradiciones, religión y vestimenta (párr.9-10)

Los autores Chamorro y Maldonado (2017) comentan que los indígenas son los que tienen más riesgo de perder su identidad cultural debido a causas como migración e invasiones las mismas que han tenido lugar desde los tiempos de la colonia. Esto nos quiere decir que las manifestaciones culturales van desapareciendo de forma paulatina y alarmante;

ya que las nuevas generaciones no están familiarizadas con su lengua autóctona, a su vez se hace presente el ítem de la negación total de sus raíces.

#### ***1.4.5. La Migración como Factor de Aculturación***

Los cambios culturales se dan por medio de la migración hacia otras ciudades, siguiendo dentro de esta misma línea el autor Lewin (1948) plantea que los inmigrantes se deben vincular con la nueva cultura del país o zona donde están habitando; pero siempre deben mantener sus raíces de origen.

Dentro del contexto Ecuatoriano Ramos (2010) establece que dentro de la historia ecuatoriana se han dado dos eventos migratorios de carácter internacional, el primero se centra en Estados Unidos desde los años 1930 a 1960. Por otro lado, en cuanto a la segunda etapa encontramos la migración hacia España e Italia entre los años 1976 al 2000, en este proceso hubo una oleada masiva de mujeres migrantes (p.45)

Dentro de este contexto Herrera, et al. (2006) menciona que el motivo de viaje a estos países era encaminado a la oferta laboral la cual era muy amplia y se basaba en trabajo domésticos, plantaciones y fábricas.

Con base a esto se llegó a la conclusión de que los migrantes tenían más oportunidades en encontrar trabajo en los campos laborales de servicios domésticos.

Pero también hay que tener en cuenta que esto desato una ola de racismo, sea por sus tradiciones, habla o color de piel, es así como en vista de esto los migrantes crearon en grupos de apoyo entre ellos mismos donde se reunían fomentando así el lazo con su país y sus tradiciones autóctonas para que las mismas no quedaran en el olvido.

Dentro de esta misma línea Lewin (1948) pone a disposición algunos ítems que resumen los aspectos migratorios dentro de la sociedad (p.35)

- Las tradiciones culturales de forma paulatina comienzan a extinguirse, esto sin duda alguna se da por el motivo de influencias de otros países y culturas las cuales están enfocadas a un ambiente el cual se inclina a la modernidad.

- El individuo al ver que todos actúan de una forma similar trata de imitar estos patrones de conducta haciendo que de esta forma sus tradiciones queden vulnerables.

## **1.5. La cultura Kichwa Kayambi**

La cultura Kichwa Kayambi se aborda, considerando sus orígenes, organización, forma de vida, alimentación, tradición en el ámbito de la medicina y de la música; así como la revisión del uso de las Tics, memes y su experiencia como influencers.

### ***1.5.1. El pueblo Kayambi: Sus Antecedentes Históricos.***

Coinaie (2014) menciona que este pueblo se encuentra ubicado en la región Sierra, al norte de la provincia de Pichincha, al sur de Imbabura y al oeste de la provincia de Napo, la misma abarca un tramo de la cordillera de tipo central de los Andes (párr.1).

Dentro de esta misma temática los antropólogos Herrera & Costales (1961) comentan sobre el significado del nombre "Cayambe" el cual antes era conocido como "Cayambi", "Cayamba", "Caxamba" esta palabra tiene un origen en cuanto a una palabra compuesta *cayla* (padrecito) y *amby* (río grande).

Por otro lado, Gadip Cayambe (2023) menciona que esta ciudad cuenta con 30.000 habitantes. Se destaca que sus producciones se centran en la agricultura, floricultura e industria maderera.

Para el autor Barriga (1962) esta es una sociedad bilingüe, es decir que se manejan dos tipos de idiomas; ya que dentro de este ámbito se emplean dos idiomas el principal es el Kichwa el cual es el tradicional y el secundario que es el español o castellano el cual fue impuesto por los colonizadores. Su idioma es el kichwa, propio de la región andina. Marck & Tuttillo (2009) nos mencionan que el nombre Cayambe posee un nevado el cual es considerado como una de las tres montañas más altas del Ecuador, la cual es el principal atractivo turístico de la zona para los amantes de escalar.

### ***1.5.2. Modus Vivendi***

Los autores Boster.J., Mitchell.A. & Zevallos.J (1989) postulan que eran un pueblo sedentario, el cual se dedicaba a la agricultura y también a la crianza de animales como, a su vez conocimientos en de productividad agrícola.

Presentaban creencias religiosas de esta manera lo expresa Guaña (1993) menciona que se han encontrado yacimientos arqueológicos, donde se ha podido evidenciar que rendían culto hacía elementos naturales, y los veneraban dentro de templos los cuales estaban contruidos con base a la geografía y trayectoria del sol.

### ***1.5.3. Colonización Española***

La ocupación de los españoles dentro de estas tierras trajo consigo diversos los cambios los cuales contenían explotación laboral y trabajo sin remuneraciones.

Conaie (2014) menciona que gracias a la invasión española el pueblo Kayambi perdió sus territorios, los cuales fueron convertidos en haciendas ganaderas. Años más tarde con la formación de una república llegaron terratenientes los cuales nuevamente usurparon tierras Kayambis creando así un régimen de concertaje (prf.3).

Según RAE (2023), se denomina a la palabra concertaje, como un contrato donde se tomaba el uso de mano de obra indígena, la cual era obligada a realizarse de manera gratuita sin tener lo que hoy conocemos como seguridad laboral y salario mínimo.

Con el pasar de los años los indígenas de la zona estaban cansados de trabajar bajo un régimen sin salario ni derechos, dentro de este aspecto la Conaie (2014) menciona que con el pasar de los años la lucha indígena se hizo visible al empezar a pedir sus tierras. En cuanto a los sectores de Olmedo y Ayora; se hicieron se formaron de Cooperativas, las mismas eran creadas por campesinos indígenas.

### ***1.5.4. Organización Sociopolítica***

La asamblea o también conocida como cabildos se considera como el ente principal en cuanto a tomar decisiones dentro de la comunidad, es la que planifica los trabajos que se van a realizar dentro de la comunidad, así como también la que se encarga de elegir nuevos

dirigentes. Según Conaie (2014). los cabildos están dispuestos dentro de uniones de tipo parroquial, cada provincia tiene sus propias organizaciones indígenas las cuales logran hacer vinculaciones con otras comunidades para la proteger sus derechos.

#### **1.5.5. Alimentación**

Raymi (s,f) menciona que la producción agrícola prima en este escenario, existe un correcto aprovechamiento de recursos en cuanto a tierras fértiles, también se centran en cultivar vegetales y granos. Y a la producción a la producción animal y crianza de los mismos.

##### **1.5.5.1.Cuy.**

Veterinaria Digital (2019) menciona que el origen de este animal se remonta a los Andes hace aproximadamente más de 3000 años, su consumo era considerado como motivo de celebraciones ya que era un plato para ocasiones especiales dentro del escenario del Incario. Por otro lado Go Raymi (s,f) enuncia que con la colonización española se dieron a conocer nuevas especies tanto en variedad animal y vegetal, destacamos que antes la cocina era mayoritariamente vegetariana acompañada con carne de llamas y otros animales.

##### **1.5.5.2. Mishki.**

Armendariz (2016) menciona que este platillo proviene de los tiempos coloniales, cuando los españoles llegaron trajeron nuevos animales como vacas las cuales son los personajes principales de este platillo que se acompaña con mote o papas.

##### **1.5.5.3.Guarango.**

Guarango Zero (s,f). Proviene de la penca azul la cual es una planta que se debe esperar durante 15 años para que se madure y de esta manera se extraiga el dulce natural.

#### **1.5.5.4. Bizcochos.**

Guaña (2015) menciona que el padre Fray Jodoco Ricke inicio con cultivos de trigo y enseñó a producir este grano. Posteriormente con la llegada del tren a Cayambe en 1928 se comenzaron a vender bizcochos acompañados con yogurt y arequipe.

#### **1.5.6. Medicina Ancestral**

Para Ortega (1997) & Frisancho (2012) mencionan que los pueblos ancestrales la concebían como algo religioso y de respeto, ya que los mismos veían la existencia de dioses benéficos quienes traían prosperidad y salud al pueblo.

Conaie (2014) dentro de esta misma línea postula que la comunidad Kayambi practica la medicina natural, de la mano de Shamanes los cuales cumplen el papel de médicos dentro de las comunidades, los mismos emplean su experiencia basada en conocimientos los cuales se han transmitido generacionalmente.

#### **1.5.7. Vestimenta**

Para Gualacata (2017) el vestir es fundamental y no solo sirve de protección ante el clima si no que aportan características y diferencias únicas a una cultura de otra

La vestimenta para Conaie (2014) varía según el género. Los hombres visten camisas, pantalones, ponchos, sombreros y alpargatas. Las mujeres utilizan centros en la parte interior y exterior, pulseras rojas, zarcillos de oro, camisas bordadas, cinta para trenzar su cabello, sombrero y alpargatas.

Cabe recalcar que en el escenario actual es reducido el grupo de hombres en especial adolescentes que se les ve usando sus ropajes tradicionales, ya que los emplean para eventos y ceremonias importantes.

#### **1.5.8. Música**

Conaie (2014) postula que el San Juanito predomina dentro de las celebraciones generalmente se acompaña de instrumentos como flautas y guitarras, mientras los y mujeres cantan las conocidas coplas.

Dentro de este ámbito Morales (s,f) menciona que este ritmo inicialmente se llamaba Xuan debido al compás que era marcado por bailarines y músicos , pero con la llegada de los Españoles el nombre se transformó a ''Juan'' y la iglesia católica lo llamó ''San Juanito''

#### ***1.5.9. TIC'S Inclusivas Dentro de la Cultura Kichwa Kayambi.***

Hay que destacar que la globalización ha dado grandes pasos en cuanto a ámbitos tecnológicos las redes sociales las que han fomentado la participación de algunos grupos dentro de estos espacios virtuales, que han llegado a las comunidades indígenas en especial a los jóvenes.

#### ***1.5.10. Memes Empleando el Idioma Kichwa***

Un artículo escrito por Martínez (2020) comenta sobre un proyecto que salió a la luz en el año 2006 con la creación de la página de Facebook Quechua Memes de la mano de Marisol Mena, la cual publica fotos y contenido relacionado con esta cultura los cuales van acompañados de textos en idioma kichwa, los cuales apelan hacia la comedia.

#### ***1.5.11. Influencers Kichwas.***

El influencer es un personaje el cual muestra una imagen agraciada, juvenil y por su supuesto manteniendo un alto conocimiento en cuanto a moda, tecnología y tendencias en redes sociales es así como lo resaltan en cada una de sus publicaciones. Sin duda alguna como lo mencionan los autores Curiel & Luque (s,f) el marketing digital ha sabido como aprovechar los talentos de los influencers los cuales recomiendan marcas de ropa, tendencias de vestimenta, beneficiando a emprendimientos, usualmente estas figuras por su trabajo y colaboración reciben los productos de marcas patrocinadas (p.275)

Los influencers a nivel mundial han sabido adaptarse hacia la nueva modernidad y tecnologías que la sociedad como tal ofrece y por otro lado las marcas dentro de este marco también han salido beneficiadas por la publicidad realizada por influencers, la tarea de ellos es importante ya que al recomendar un producto sea este bueno o malo será atractivo y posteriormente comprado por los seguidores. Dentro de la temática de los influencers la autora Guerrero (2017) postula que un estimado de 81% de profesionales en la rama de marketing ven útil, beneficioso y de éxito que los influencers participen dentro de las

campañas de marketing para que los mismos proporcionen un valor de marca y además de que las ventas del producto o servicio se incrementaran y serán recomendadas (p.11).

Hay que tener en cuenta que si queremos lograr éxito dentro de una marca debemos tener en cuenta a la persona que vamos a elegir y para ello se deben seleccionar en base a sus parámetros como estilo sea de personalidad o vestimenta, edad y modus vivendi. Como lo menciona Rubio (2017) la marca primeramente tiene que analizar correctamente al influencer hay que tener en cuenta que no todos tienen el mismo estilo u objetivos, es por tal motivo que se debe consultar muy bien cuáles son sus talentos y aptitudes las cuales se acoplen a la marca (p.33)

A su vez el influencer es un representante o embajador de la marca el cual comparte fotos, videos y reviews de los productos de la respectiva marca, estas actitudes tienen que salir de forma natural donde se visualice que no lo haga por compromiso, si no por pasión. Pero también hay que estar preparados para cuando el influencer acabe expresando una imagen impositiva de la marca y por consiguiente el mismo deja de ser seguido y aclamado.

Garcia (2017) concluye que el influencer es considerado como un líder moderno el cual rompe con todo patrón tradicional ya que emplea emociones y empatía dentro de sus mensajes permitiendo que el mensaje sea interpretado de buena manera y con credibilidad de lo que él quiere comunicar (p.26).

Es importante comprender que el usuario o consumidor de contenido se relaciona con el influencer en el sentido de que ellos comparten edad, gustos y modus vivendi similar por consiguiente el usuario se ve vinculado en crear vínculos de confianza con el creador de contenido.

Para aterrizar dentro del tema de influencer Kichwas tenemos una distinta variedad y un top el cual nos hace entender que para crear contenido no importa tu edad ni tu raza, cuando se posee de carisma se logran grandes cosas.

Un análisis realizado por Primicias (2023) nos muestra a varios influencers de origen indígena los cuales se encuentran posicionados dentro de las redes del momento las cuales son Instagram, TikTok y Youtube.

En primer lugar y liderando la lista tenemos a la creadora de contenido Nancy Risol la cual es una influencer de origen Saraguro, que cuenta actualmente con más de dos millones de seguidores en su canal, su contenido se basa en fragmentos sobre su vida diaria donde lo principal que resalta es el humor de ella.

Según un análisis de Lab Tecno Social (2022) se realizó un listado donde se incluyeron a 52 influencers de Latinoamérica de los cuales hay 9 ecuatorianos presentes los cuales poseen cuentas en Youtube, Facebook e Instagram.

Primicias (2023) postula que han surgido otros influencers los cuales se han sumado a la fama como es Melisa Yumisaca la cual acumula un millón de seguidores. Por otro lado, tenemos al pequeño comediante "Ashukito" el cual realiza comedias de forma bilingüe en español y quichua fomentando de esta forma el aprendizaje de un nuevo idioma (párr.5-6)

Existen también factores los cuales están a favor y en contra según Lab Tecno Social (2022) mencionan que algunos analistas ven esto como algo asombroso y provechoso ya que se aprende sobre otras culturas y de una forma u otra la tradición no se deja morir ni queda relegada al olvido.

## **2. Materiales y Métodos**

### **2.1. Metodos**

El trabajo de titulación estuvo orientado a conocer y comprender por qué los adolescentes de la cultura Kichwa Kayambi estaban perdiendo su identidad cultural debido al uso de las redes sociales, así como al contenido que observaban en su diario vivir. Para ello, se empleó un método analítico, deductivo y de observación, que permitió analizar de forma concreta las encuestas, entrevistas y canales de Youtube de influencers Kichwas.

En consecuencia, se obtuvo una visión completa sobre la aculturación medida por la influencia de las redes sociales en la población adolescente de la cultura Kichwa Kayambi. Los resultados de la investigación proporcionaron información valiosa sobre el impacto de las redes sociales en la pérdida de la identidad cultural de esta comunidad. Asimismo, se destacó la importancia de la preservación de la cultura Kichwa Kayambi ante los desafíos presentados por la era digital y globalizada.

### **2.2. Enfoque**

Fue de carácter mixto, ya que se tuvo presente lo cuantitativo y cualitativo, y buscó comprensión y descripción sobre cómo las redes sociales están influyendo dentro del proceso de aculturación de la cultura Kichwa Kayambi, también se examinaron las respuestas tanto de los adolescentes encuestados como de los gestores culturales y el análisis de los videos más virales de los creadores de contenido para llegar a una conclusión asertiva.

#### **2.2.1. Cuantitativo.**

Fueron aplicadas encuestas, las mismas que se realizaron a estudiantes de la “Unidad Educativa Dolores Cacuango” ya que las mismas aportaron datos estadísticos donde fueron respectivamente analizados y tabulados.

#### **2.2.2. Cualitativo.**

Para este apartado se emplearon entrevistas las cuales fueron realizadas a gestores culturales de Cayambe, los mismos fueron previamente seleccionados teniendo en cuenta sus conocimientos sobre temas culturales y la etnia. Y a su vez se hizo el empleo de la

observación en la cual se eligieron a cinco influencers de origen Kichwa y para ello se analizaron los videos más virales de sus canales de Youtube.

### **2.3. Técnicas**

Para recopilar datos se empleó una encuesta en la cual participaron adolescentes Kichwa Kayambi, para esta técnica se emplearon preguntas de tipo cerrado basándonos en la escala de Likert la cual nos ayudó a ilustrar más a fondo las preguntas planteadas especialmente las que contenían selección múltiple.

Por otro lado, para el apartado de entrevistas se tomaron en cuenta a gestores culturales, dentro de este ítem se realizaron preguntas las cuales nos permitieron dar a conocer las formas de pensamiento que tienen los gestores ante la pérdida de identidad cultural de los adolescentes.

Y finalmente se empleó el uso del análisis de observación enfocado a canales de Youtube cuyos dueños son influencers indígenas, los cuales presentan contenido de tipo videobloggin aportando en el ciertos contenidos de tipo comedia a la vez que mantienen un lineamiento de respeto.

### **2.4. Instrumentos**

Tres instrumentos fueron diseñados a fin de obtener la información requerida; una encuesta, una entrevista y la guía de observación de los contenidos de mayor aceptación de los influencers seleccionados de la cultura Kichwa Kayambi.

#### **2.4.1. Encuesta.**

El primer instrumento diseñado a partir de la revisión realizada en primer capítulo corresponde a la **Encuesta**. Al momento de aplicar la recolección de datos en el caso de los estudiantes de la ‘‘Unidad Educativa Dolores Cacuango’’ se elaboraron encuestas en las cuales se preguntaba tanto las redes sociales preferidas por los estudiantes, así como también el tiempo que les dedican a las mismas. Copia de esta encuesta se registra en el Anexo I.

#### **2.4.2. Entrevista.**

El segundo instrumento diseñado, a partir de la información obtenida, corresponde a la **Entrevista**. Para su elaboración se empleó una guía de entrevista semiestructurada la cual contenía preguntas de reflexión y conocimiento, la presente fue encaminada para gestores culturales de la zona de Cayambe, los cuales dieron su punto de vista sobre cómo las redes sociales han ido influyendo dentro de los jóvenes a través de los años. A su vez se hizo énfasis en un instrumento de observación hacia los videos más virales de Youtube. Copia de esta entrevista se registra en el Anexo II.

#### **2.4.3. Guía de Observación.**

Finalmente, la Guía establecida para la Observación de la producción de los influencers de la cultura Kichwa Kayambi seleccionados, permite caracterizar sus contenidos, en términos de los elementos que emplean de su cultura. En el Anexo III, se registra esta Guía.

### **2.5. Universo – Muestra**

Para el apartado de la encuesta se trabajó con estudiantes de la ´´Unidad Educativa Dolores Cacuango, cuyas instalaciones se registran fotográficamente, en la Figura correspondiente al Anexo IV 1. Los alumnos seleccionados corresponden a los cursos:

- Octavo: 19 encuestados.
- Noveno: teniendo 27 encuestas realizadas.
- Décimo: con 23 encuestados.
- Primero de bachillerato: 15 encuestas realizadas.
- Segundo de bachillerato: 21 estudiantes encuestados.

Imagen fotográfica de los alumnos, en el momento de la aplicación de la encuesta, se registra en la figura correspondiente al Anexo IV 2.

Dentro de esta temática se tuvo en cuenta las redes sociales favoritas y preferencias que los estudiantes tenían sobre las mismas.

Por otro lado, dentro de la entrevista se tomaron en cuenta a gestores culturales de Cayambe

Muestra de entrevistados: 4 personas.

- Lic. José Orlando Cevallos Lignia.
- Dir. de IEDCA Mauricio Cisneros.
- Elvis Tuquerres gestor cultural
- Juliana Ulcuango gestora y precursora de proyectos relacionados al fortalecimiento de raíces indígenas.

Dentro del apartado de entrevista se puso especial atención a las diversas visiones y factores que el gestor cultural tenía pertinente para contestar ante la pérdida de identidad cultural en los adolescentes.

A su vez dentro del ítem de observación se tomó una muestra de cinco creadores de contenido los cuales poseen canales en Youtube y fueron los siguientes:

- Nancy Risol.
- Azhukito.
- Leonardo Sefla.
- Meliza Yumisaca
- Elena Gualapuro

## 2.6. Variables

Como se señaló en la introducción, en esta investigación se consideran las siguientes variables, señaladas con negrilla y cursiva. Por un lado, *los factores / motivaciones* que inciden en *la aculturación de los jóvenes de la población Kichwa Kayambi*. Por el otro, *las redes sociales* que inciden en *los procesos identitarios. (procesos para el establecimiento de la identidad cultural)* de estos jóvenes; y finalmente, *los riesgos o efectos* derivados del desarrollo del *proceso de aculturación* en los mismos jóvenes.

A partir de la revisión bibliográfica realizada, las variables de esta investigación se caracterizan de la siguiente manera:

### 2.6.1. *Los procesos identitarios. (procesos para el establecimiento de la identidad cultural).*

Esta variable corresponde al aprendizaje de la **identidad cultural**, a lo largo de la vida. La identidad Cultural se entiende como: el conjunto de creencias, símbolos y

comportamientos compartidos por miembros de una sociedad o determinado grupo de personas, según Molano (2007, p. 73), la Enciclopedia (2013, p.24) y Pérez (1999)

Esta Identidad otorga: a los individuos un sentido de pertenencia y de identificación con sus semejantes dentro del grupo, y a la vez, distinción y diferenciación de ciertos grupos sociales resaltando de esta manera sus diferencias individuales. Como lo expresan los autores referenciados anteriormente, la identidad cultural otorga el sentido de pertenencia y conexión hacia determinados territorios... al lugar de origen, potenciando de esta forma las tradiciones orales, así como la memoria colectiva. Y, finalmente, como lo señala la Unesco (2023), configurando, junto a los bienes materiales, un patrimonio cultural, que constituye un factor de desarrollo territorial y mantiene la diversidad cultural, la cual está expuesta por el creciente avance de la globalización.

Por ello, en esta investigación, para esta variable se consideran *los valores de identidad cultural*, asociados a *la lengua* de la cultura de estudio (*Kichwa Kayambi*), *su concepción y las tradiciones autóctonas* en cuanto a la forma de vida, alimentación, tradición en el ámbito de la medicina y de la música, arquitectura...

### **2.6.2. La Aculturación o Proceso de Aculturación.**

En general, esta variable corresponde a las limitaciones del proceso de aprendizaje de la identidad cultural, o a la sustitución de los patrones propios de su identidad cultural por otros. Para este proyecto, se considera a la Aculturación, como el proceso por el cual se adquieren nuevas conductas y normativas de convivencia ante el cambio del ámbito donde se vive y el enfrentamiento de un ambiente diferente, según el aporte de Berry (1980); como el compendio de transformaciones a nivel conductual de parte del individuo el cual se pone en contacto con una cultura nueva desconocida para él, según y Graves (1967).

No obstante, si bien se entiende el proceso de aculturación como resultado de la necesaria adaptación ante un nuevo contexto, autores como Wachel (1976) plantean también, una resistencia social entre los habitantes los cuales hacen frente a la no pérdida de sus costumbres o tradiciones.

Así, para esta investigación, para la variable de la Aculturación, se consideran: *los factores que la generan*, en general, *el rol de las redes sociales* para la formación de la

identidad cultural y/o en la aculturación de los jóvenes de la cultura Kichwa Kayambi, en particular, y finalmente, *los riesgos o impacto* del proceso de aculturación en este colectivo.

Estos Aspectos que se describen a continuación.

### **2.6.3. Los factores / motivaciones que inciden en la aculturación.**

Esta variable hace alusión a los factores o motivos que influyen en la pérdida de identidad cultural en los adolescentes de la cultura Kichwa Kayambi. Estos son *la globalización masiva u homogenización de la cultura* gracias a los avances tecnológicos como el internet y las *plataformas de redes sociales; la violencia y las guerras*, según Significados (2023); *las migraciones e invasiones, la ausencia de familiaridad con las lenguas autóctonas* por parte de las nuevas generaciones, y *la negación total de sus raíces*, según Chamorro y Maldonado (2017); así como también, *la migraciones en el ámbito nacional*, según Lewin (1948) *e internacional* según Ramos (2010) en cuyo caso se producen proceso de adaptación a la nueva cultura, y de aculturación, respecto a la cultura de origen.

*Las redes sociales que inciden en los procesos identitarios. (procesos para el establecimiento de la identidad cultural).*

Esta variable se concibe como una herramienta basada en del internet, tanto de ayuda comunicacional como de información; como espacios creados virtualmente, donde los usuarios creen perfiles y colocan sus intereses en común para facilitar la interacción con otras personas que se encuentren alrededor del mundo; y como un medio para suscitar relaciones.

No obstante, las redes sociales, como herramienta, pueden contribuir a la formación, aprendizaje, e interacción positivos, facilitando los *procesos identitarios*, pero también, como medio para incentivar **procesos de Aculturación**. En este último caso, las redes pueden actuar como medio para suscitar situaciones de inseguridad a la privacidad; la búsqueda constante de reconocimiento de los usuarios de estas redes, como lo señala Gértrudix, Borges & García (2017); y la adicción que generan por el carácter casi obligatorio que poseen dentro del círculo social al cual se pertenece, según Salas, Guzmán & Clemente (2018).

Por estas razones, en esta investigación para esta variable se indaga sobre la *facilidad y medios de acceso, el tipo de redes sociales, contenidos e influencers preferidos* por los

adolescentes, el *uso actual*, así como su *perspectiva futura de uso como influencers*; así como la *frecuencia y el impacto de su uso* en el desarrollo de sus actividades cotidianas.

#### **2.6.4. Los riesgos o efectos derivados del proceso de aculturación**

Esta variable considera las consecuencias del proceso de Aculturación derivadas de los factores identificados, como *la desapareciendo de forma paulatina de la identidad cultural* y la *negación de sus raíces*, según lo señalan Chamorro y Maldonado (2017). Así como *los riesgos latentes derivados del uso de las redes sociales*, en condiciones de la falta de control, como lo señala Pacheco (2018).

#### **2.6.5. Cultura Kichwa Kayambi.**

Esta variable, corresponde a la cultura seleccionada, para la cual se consideran 1) los *aspectos ya relacionados a nivel de identidad cultural*; 2) los **jóvenes de la población Kichwa Kayambi**, en términos de *demografía, zona geográfica* (estudiantes de una zona rural de Cayambe), *grados lectivos* (octavo a segundo de bachillerato), *edades* de los estudiantes del plantel (12 a 18 años) y la *caracterización del uso de las redes*; 3) los **Influencers de la cultura Kichwa Kayambi**, en términos de su *identificación y caracterización general*; así como de la *caracterización de su video de mayor aceptación*, señalando si contribuye a la difusión, promoción y respeto de los valores de identidad cultural de esta población; y finalmente, 4) los **Gestores Culturales** expertos en culturas autóctonas, analizando aspectos relacionados con *la etnia, factores, usos y riesgos del proceso de aculturación* para esta población.

### **2.7. Procedimiento**

Para proceder con el respectivo levantamiento de información se realizaron contactos con varias escuelas de la zona rural de Cayambe, así como también de gestores culturales los cuales tenían conocimientos en base a la cultura. Las encuestas al igual que las entrevistas fueron aplicadas presencialmente donde tanto estudiantes como gestores impartieron opiniones y algunas ideas relacionadas a las temáticas de entrevistas y encuestas. Para el apartado de observación se tomó en cuenta los canales de Youtube de los cinco influencers elegidos, los cuales son de origen indígena.

## 2.8. Aplicación y Sistematización de Instrumentos.

Efectuada la aplicación de los instrumentos diseñados, a continuación, se sistematiza la información obtenida a través de las encuestas realizadas; la encuesta aplicada y las observaciones efectuadas.


### 2.8.1. Sistematización de Entrevistas



A continuación, se registra en la Tabla 5, la identificación y caracterización de los Gestores entrevistados, adjuntando constancia fotográfica del momento de la encuesta, en las figuras correspondientes a los Anexos IV 4, IV 5 y IV 6.

De igual forma, en las Tablas 6, 7, 8, y 9 se procede a consignar las entrevistas efectuadas a los gestores: José Orlando Cevallos, Mauricio Cisneros, Juliana Ulcuango, y Elvis Tuquerres, respectivamente. En estas tablas se consignan las preguntas, respuestas y se sistematizan las observaciones realizadas, bajo la columna “interpretación” a fin de facilitar su posterior análisis.

**Tabla 5**

*Gestores culturales y sus respectivos cargos profesionales*

Nombre	Cargo / Profesión	Datos del profesional
 José Orlando Cevallos Lignia.	Comunicador y gestor de la Casa de la Cultura Ecuatoriana extensión Cayambe.	<ul style="list-style-type: none"><li>● Ha ejercido la docencia en música en la Unidad Educativa Héroes del Cenepa.</li><li>● Dir. Del coro polifónico de Cayambe.</li><li>● Coordinador de la Casa de la Cultura Ecuatoriana extensión Cayambe.</li><li>● Dir. de Amalgama Centro Musical.</li></ul>

Nombre	Cargo / Profesión	Datos del profesional
 Mauricio Cisneros	Director Ejecutivo de IEDECA (Instituto de Ecología y Desarrollo de las Comunidades Andinas)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Coordinador de IEDECA Cayambe.</li> <li>● Gestor cultural.</li> <li>● Activista de derechos indígenas.</li> <li>● Activista político.</li> <li>● Ha participado en activismo ecológico.</li> </ul>
 Juliana Ulcuango.	Gestora cultural y creadora de proyectos vinculados a preservar a la cultura indígena.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Concejala indígena de Cayambe (2004)</li> <li>● Activista de derechos de las mujeres</li> <li>● Presidenta de la comunidad de Cangahua</li> <li>● Dirigente provincial en Pichincha Ricarimak</li> <li>● Vicepresidenta en la Unidad Educativa Francisco Canelos</li> <li>● Presidenta del consejo cantonal de mujeres</li> <li>● Coordinadora parroquial de mujeres en Cangahua.</li> </ul>
 Elvis Tuquerres.	Presidente de la Asociación Kichwakamack Sisary.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Coordinador académico del diplomado de revitalización lingüística</li> <li>● Activista en creación de eventos culturales para fomentar las raíces indígenas.</li> </ul>

*Nota.* Datos profesionales de los respectivos gestores culturales entrevistados (2023)

### Tabla 6

*Entrevista al gestor cultural José Orlando Cevallos Lignia.*

# de entrevistado	Pregunta	Respuesta	Interpretación
#1 (José Orlando Cevallos Lignia)	1. ¿Cuáles son los principales motivos que provocan que los adolescentes hagan de lado sus raíces culturales?	Principalmente son los factores tecnológicos, es aquí donde grupos de todas las edades se ven envueltos, el principal motivo se debe a la producción y vista de contenidos los cuales desvinculan las tradiciones de las nuevas generaciones.	-La tecnología es el principal causante de los problemas relacionados a la pérdida de identidad cultural de los adolescentes.  -Todas las personas sin importar sus edades caen en esta serie de vistas de contenidos los cuales son inoficiosos
#1 (José Orlando Cevallos Lignia)	2. ¿Qué opina usted sobre el impacto de las redes sociales en cuanto a la preservación de la identidad cultural de los adolescentes?	Las redes sociales son herramientas positivas, para ello se deben manejar de forma responsablemente. En mi caso yo tengo un blog creado dedicado hacia la cultura me enfoco principalmente hacia los jóvenes, hay que tener en cuenta de que la actualidad vive de contenido no edificante y gracias a esto la cultura se está perdiendo de forma avanzada en los jóvenes, por eso debemos crear páginas que estimulen a la cultura.	-Si colocamos contenido correcto en nuestras redes sociales las mismas tendrán preponderancia en la sociedad.  -Para fomentar la cultura debemos crear un blog donde se expongan datos culturales teniendo en cuenta a la población meta a la que queremos llegar, es decir crear contenido creativo empleando de pronto influencers de moda los cuales muestren que amar la cultura y nuestras raíces es importante.

# de entrevistado	Pregunta	Respuesta	Interpretación
#1 (José Orlando Cevallos Lignia)	3. Considera usted que las redes sociales bien utilizadas pueden contribuir en cuanto a la promoción de la diversidad cultural.	Son de utilidad en la actualidad, para ello como gestores culturales nos vemos en la responsabilidad de elegir buen contenido para nuestros jóvenes, para que los mismos sientan un fuerte vínculo con sus raíces y a su vez difundan su cultura a nuevas generaciones.	-Los adultos, así como también los creadores de contenido portan una gran responsabilidad en sus manos ya que son los guías de las adolescentes por el contenido que los mismos producen.
#1 (José Orlando Cevallos Lignia)	4. ¿Cuál cree usted que es el papel de los gestores culturales en el uso de las redes sociales para preservar y promover a la identidad cultural?	El gestor cultural es una persona que nunca esta quieta, él debe innovar conocer las redes sociales, así como también el contenido que sea más atractivo para ellos, a su vez debe tener presente actividades variadas y presentar proyectos para mejora de redes sociales y de esta forma saberlas utilizar a la perfección.	-El gestor cultural debe conocer tanto de su cultura como de las nuevas herramientas tecnológicas.  -El gestor cultural debe desempeñar desde el fomentar la cultura hasta la creación de contenido
#1 (José Orlando Cevallos Lignia)	5. ¿Ha observado algún cambio en cuanto a los adolescentes se relacionan con su	En el contexto de la pandemia el joven se ha vuelto facilista, ven a las redes sociales como un espacio para documentar su vida a su vez también observan	-La pandemia trajo cambios tecnológicos e informativos, provocando facilismo en cuanto a la búsqueda de información.

# de entrevistado	Pregunta	Respuesta	Interpretación
	propia identidad debido al uso de las redes sociales?	contenido basura el cual modifica sus pensamientos a tal punto de querer ir dejando atrás su identidad para parecerse a determinados grupos. Dentro de este aspecto esta la migración de indígenas hacia grandes ciudades, este factor hace que los adolescentes hijos de estos migrantes por vergüenza o para adaptarse a las nuevas tradiciones de la ciudad, los indígenas no aprovechan sus tierras productivas.	-La migración de los indígenas ha supuesto cambios a las nuevas generaciones en cuanto a la pérdida de sus raíces.  -Los indígenas a pesar de tener grandes tierras productivas no aprovechan esas oportunidades, si no que prefieren irse a grandes ciudades buscando campos laborales, fomentando de esta forma que su identidad se pierda y piensen que su cultura es sinónimo de pobreza.
#1 (José Orlando Cevallos Lignia)	6. ¿Considera usted que las redes sociales pueden desempeñar un papel positivo en cuanto a preservar la identidad cultural? ¿Por qué?	Si, las redes sociales son positivas eso si empleando con responsabilidad, el tipo de contenido que en ellas se plasma, a través de la creación de blogs se pueden transmitir mensajes positivos a la sociedad, hay que saber manejar correctamente y aprovechar estos espacios.	-Todas las herramientas tecnológicas se deben manejar de forma responsable no importa qué edad tengamos, debemos saber a perfección que contenidos colocar en estos espacios.  -Hay que aprovechar la tecnología al máximo.

# de entrevistado	Pregunta	Respuesta	Interpretación
#1 (José Orlando Cevallos Lignia)	7. ¿Qué herramientas se utilizan para fomentar la cultura en los adolescentes?	Mestizos e indígenas nos encontramos dentro de estos espacios sociales, las redes sociales ocultan nuestra identidad nos ocultamos tras filtros, hay que tener presentes quienes somos, tenemos que sentirnos orgullosos de nuestras raíces de abuelos y padres, para ello debemos asegurar tener herramientas en redes sociales.	-La tecnología y redes sociales no solamente son manejadas por indígenas, si no por personas de todo tipo de etnia.  -Hay que sentirnos orgullosos de donde provenimos hacer honor a las raíces ancestrales y para ello fomentar el uso de las redes sociales por medio de la creación de contenido.
#1 (José Orlando Cevallos Lignia)	8. ¿Cómo se puede equilibrar el uso de las redes sociales para promover la cultura si necesidad de caer en superficialidad?	Debemos incentivar vivir en tiempo real dejando en segundo plano las redes sociales, para fomentar esto debemos realizar talleres de formación artística y cultural, Muchas veces hablamos de lo tradicional pero no lo practicamos con frecuencia solo cuando son las festividades se pone en práctica, pero en términos la cultura se vuelto superficial.	-Debemos vivir la realidad, dejando atrás las redes sociales.  -El fomentar la creación de talleres enfocados hacia la cultura para que de esta forma los adolescentes reconecten con sus raíces autóctonas.  -No solamente debemos mencionar a la cultura propia en festividades si no alrededor del año.  -A su vez debemos sentirnos orgullosos de nuestra cultura, no tener vergüenza de donde provenimos.

# de entrevistado	Pregunta	Respuesta	Interpretación
#1 (José Orlando Cevallos Lignia)	9. ¿Cuáles son los principales desafíos a los que se enfrentan los gestores culturales al emplear redes sociales como un medio de difusión cultural?	El principal desafío es poder encontrar personas es decir otros gestores culturales que quieran unirse a nuevos proyectos también el de aprender a realizar contenido el cual sea pertinente para adolescentes y que el mismo tenga relevancia.	-El gestor cultural siempre se ve en la necesidad de crear y establecer proyectos y vínculos con gestores culturales.  -Se ven en el desafío de siempre encontrar personas con los mismos intereses que quieran emprender y sean comprometidos en cuanto a proyectos.
#1 (José Orlando Cevallos Lignia)	10. ¿Qué consejos se brindaría a los adolescentes de comunidades o grupos culturales para emplear las redes sociales de manera efectiva y autentica en la preservación de su identidad cultural?	Los adolescentes y autoridades deben de leer mucho e informarse de fuentes confiables donde aprendan y practiquen estos valores, dentro de escenarios educativos se debe fomentar la verdadera historia de sus culturas y sus pueblos como tal, los maestros deben fomentar estos espacios para así dar sentido a sus festividades.	-La educación cultural, debe estar presente dentro de las aulas de clase, la historia debe de contarse de una manera verídica para de esta forma los adolescentes valoren más su cultura.  -La lectura debe realizarse siempre los adolescentes deben tener ese espíritu de conocimiento cultural para no dejar morir estas tradiciones características de sus pueblos.

*Nota.* Entrevista realizada a José Orlando Cevallos Lignia (2023).

**Tabla 7**

*Entrevista al gestor cultural Mauricio Cisneros.*

# de entrevistado	Pregunta	Respuesta	Interpretación
#2 (Mauricio Cisneros)	1. ¿Cuáles son los principales motivos que provocan que los adolescentes hagan de lado sus raíces culturales?	Principalmente, es por la falta de oportunidades dentro el campo, para esto migran, haciendo que se acoplen a la ciudad sean sus padres o ellos mismos y de esta forma las nuevas generaciones quieren dejar atrás su lugar de origen.	-El campo es visto como un lugar en donde las oportunidades son escasas.  -La migración sea de padres o de los mismos adolescentes es un factor clave para que la identidad cultural se pierda.
#2 (Mauricio Cisneros)	2. ¿Qué opina usted sobre el impacto de las redes sociales en cuanto a la preservación de la identidad cultural de los adolescentes?	Las redes sociales han abierto puertas al mundo en especial a habitantes de comunidades, los adolescentes tratan de deslindarse de cosas de su cultura ya que en estos espacios aparecen contenidos de otros países haciendo que los adolescentes renieguen de su identidad y quieran parecerse al contenido visto.	-Las redes sociales han tenido un gran impacto respecto a los adolescentes de las comunidades indígenas, muchos de ellos reniegan de su identidad ya que gustan de ver contenidos extranjeros y por consiguiente tratan de imitar patrones comportamentales.

# de entrevistado	Pregunta	Respuesta	Interpretación
#2 (Mauricio Cisneros)	3. Considera usted que las redes sociales bien utilizadas pueden contribuir en cuanto a la promoción de la diversidad cultural.	Si, pero primeramente hay que orientar desde la escuela, un ejemplo de esto es que varias madres de familia me han manifestado que los problemas principales se dan en estos lugares ya que la enseñanza se da desde el punto de vista occidental sin tener presentes a las tradiciones locales, gracias a esto en la mente del joven se imparten pensamientos, los cuales les motivan a renunciar de sus raíces queriendo migrar. Se debe fomentar una educación intercultural bilingüe.	-Desde los entornos educativos se debe fomentar por parte del docente la educación en base a la cultura autóctona de la zona a través de leyendas y libros de texto.  -Las instituciones educativas de la ruralidad deben mantener su idioma propio en conjunto con el castellano.
#2 (Mauricio Cisneros)	4. ¿Cuál cree usted que es el papel de los gestores culturales en el uso de las redes sociales para preservar y	Como institución nos hemos dado cuenta que tanto a los adolescentes y adultos aman la historia, logrando así captar la atención, una de las formas para captar la atención es hablar en un blog sobre la historia de los	-La creación de un blog en redes sociales por parte del gestor cultural donde se comenten sobre datos culturales encaminado para que los adolescentes fomenten el aprendizaje y lectura sobre hechos culturales.

# de entrevistado	Pregunta	Respuesta	Interpretación
	promover a la identidad cultural?	pueblos o comunidades para que los mismos se motiven a investigar, leer y crear un vínculo con sus orígenes, el gestor cultural debe fomentar el uso de estos medios promoviendo el contenido permanente sobre saberes culturales ancestrales.	
#2 (Mauricio Cisneros)	5. ¿Ha observado algún cambio en cuanto a los adolescentes se relacionan con su propia identidad debido al uso de las redes sociales?	Si, el cambio sin duda alguna lo he visto en la vestimenta, los adolescentes cambian e imitan lo que está de moda para de esta forma ser incluidos dentro del grupo y admirados, dejando atrás sus orígenes rompiendo tradiciones y generando un vínculo con la sociedad moderna.	-Los adolescentes sin importar su etnia o condición social en la actualidad han sido maleables por los contenidos que se publican dentro de las redes sociales
#2 (Mauricio Cisneros)	6. ¿Considera usted que las redes sociales pueden desempeñar un papel positivo en cuanto a preservar	Si, el contenido debe estar bien orientado, para ello debemos hacer una investigación de cuáles son las redes predilectas por los adolescentes para que se	-El uso de influencers en estos casos es provechoso porque ellos se sienten atraídos por estos personajes.  -En las comunidades de Cayambe hay que fomentar más la existencia de que los adolescentes indígenas se motiven

# de entrevistado	Pregunta	Respuesta	Interpretación
	la identidad cultural? ¿Por qué?	<p>publiquen contenidos de diversas culturas, se debe subir contenido educativo y sobre todo se debe fomentar un buen criterio en los adolescentes con respecto a lo que ven.</p> <p>Para ello se puede utilizar figuras públicas para ganar más atención y seguimiento a estas páginas. En Cayambe existen influencers son pocos, pero suben contenido encaminado a mostrar sus actividades diarias a la vez que hablan de sus tradiciones.</p>	<p>por la creación de contenido para de esta forma hacer mucho más conocida la comunidad en la cual ellos viven, así como también las costumbres que los mismos practican.</p>
#2 (Mauricio Cisneros)	7. ¿Qué herramientas se utilizan para fomentar la cultura en los adolescentes?	<p>Principalmente son las fiestas, lo segundo es lo comunitario en cuestión a mingas, cabe recalcar que los adolescentes son vistos como elementos de la comunidad para mingas y reuniones y esto varia en cuanto a las edades fomentando estos</p>	<p>-El adolescente como tal debe estar inmiscuido dentro de su comunidad es decir ir a reuniones o mingas las cuales impliquen esa relación con la organización de su comunidad.</p>

# de entrevistado	Pregunta	Respuesta	Interpretación
		<p>vínculos, esta herramienta es eficaz ya que los adolescentes se sienten incluidos en su cultura fomentando la voz y voto a través de diversas actividades.</p> <p>En cuanto a la fiestas o ceremonias se marcan los símbolos como la comida y vestimenta, los adolescentes son partícipes de esto.</p>	
#2 (Mauricio Cisneros)	8.¿Cómo se puede equilibrar el uso de las redes sociales para promover la cultura si necesidad de caer en superficialidad?	<p>Desde las escuelas opino que los profesores deben adaptarse a las nuevas tecnologías, crear un blog o grupos que permitan la interacción entre los jóvenes.</p> <p>El profesor debe incentivar la creación de proyectos con redes sociales a través de creación de blogs de conocimiento de sus tradiciones autóctonas para de esta forma crear contenido dinámico el cual puede ser</p>	<p>-Desde los entornos educativos, el profesor debe fomentar el uso correcto y responsable de las redes sociales.</p> <p>-El docente debe plantear ideas en cuanto a la creación de contenido, debe aprovechar al máximo las herramientas tecnológicas y colocar contenido relacionado al fomentar el apego cultural de los adolescentes a sus raíces autóctonas.</p>

# de entrevistado	Pregunta	Respuesta	Interpretación
		presentado en concursos fomentando la creación de contenido y posiblemente salga dentro de este ámbito un influencer el cual saque adelante a la comunidad y fomente a la cultura.	
#2 (Mauricio Cisneros)	9.¿Cuáles son los principales desafíos a los que se enfrentan los gestores culturales al emplear redes sociales como un medio de difusión cultural?	El principal desafío es llamar la atención de la gente en especial de los adolescentes a través de la creación de contenidos en las redes sociales, tiene que estar actualizado del contenido que va a subir dentro de estos espacios. El gestor cultural debe de orientar al joven en las tradiciones de antes aconsejando a través de mensajes.	-El gestor cultural debe conocer a perfección el cómo manejar las redes sociales y cuáles son los contenidos que están de moda para llamar la atención de los mismos.  -El gestor debe crear contenido entretenido el cual fomente que e comparta obteniendo vistas elevadas.
#2 (Mauricio Cisneros)	10. ¿Qué consejos se brindaría a los adolescentes de comunidades o grupos culturales para emplear las	Los dirigentes comunitarios se preocupen de sus adolescentes respecto a la vinculación con su cultura autóctona no solamente de las obras para que la	-El papel de los dirigentes de la comunidad son de importancia ya que ellos deben dirigir en especial a los adolescentes.

# de entrevistado	Pregunta	Respuesta	Interpretación
	redes sociales de manera efectiva y autentica en la preservación de su identidad cultural?	<p>comunidad se vea bien, los dirigentes deben conocer a perfección su comunidad y ver medios y canales sobre como transmitir información a los jóvenes.</p> <p>No dejemos que las comunidades se envejecan los adolescentes y adultos mayores deben estar vinculados para seguir conectándose a su cultura para a futuro representarla en cuanto a las dirigencias.</p>	<p>-Deben estar en constante actualización de los medios y el contenido a subir en las redes sociales del momento.</p> <p>-Las comunidades están envejeciendo ya que los adolescentes migran o simplemente están absortos en las redes sociales y por ende pierden interés en representar a la comunidad en ámbitos políticos y culturales.</p>

*Nota.* Entrevista a Mauricio Cisneros (2023).

**Tabla 8***Entrevista a la gestora cultural Juliana Ulcuango.*

# de entrevistado	Pregunta	Respuesta	Interpretación
#3 (Juliana Ulcuango)	1. ¿Cuáles son los principales motivos que provocan que los adolescentes hagan de lado sus raíces culturales?	<p>Desde la familia la educación cultural se hace notar, en nuestro caso hablamos kichwa y desde la niñez fomentamos a nuestros hijos el hablar este idioma. La discriminación es un factor crucial por la cual las raíces quedan en el olvido ya que los adolescentes prefieren modificarla para ser aceptados y no relegados en su grupo.</p> <p>Los medios tecnológicos han influido mucho en esto ya que es otros mundos, en la pandemia esta situación se incrementó porque todos tenemos acceso a la tecnología lo cual daña las relaciones interpersonales en los adolescentes, ya que los mismos la emplean de forma irresponsable. las instituciones son responsables en crear espacios, pero con contenido cultural, los escenarios educativos deben fomentar a los estudiantes</p>	<p>-La familia debe impartir conocimientos los cuales son propios de su cultura, fomentarlos fuertemente desde la niñez para que a futuro estas generaciones estén orgullosas y transmitan el conocimiento</p> <p>-La pandemia marco un antes y un después en cuanto al manejo de las tecnologías los adolescentes las emplean de forma irresponsable, consumiendo contenido basura.</p> <p>-Los escenarios educativos deben fomentar la enseñanza moderada de las tecnologías e instruirlos para que se conviertan en creadores de contenido para difundir sus raíces culturales.</p>

# de entrevistado	Pregunta	Respuesta	Interpretación
		como crear espacios promocionales para que los adolescentes difundan su cultura.	
#3 (Juliana Ulcuango)	2. ¿Qué opina usted sobre el impacto de las redes sociales en cuanto a la preservación de la identidad cultural de los adolescentes	Hay un espacio muy limitado en cuanto a la difusión de contenido, para ello se deben generar vínculos con entes de estado para que los mismos realicen difusión de las tradiciones culturales para que los mismos no pierdan sus raíces. Un caso de esto es cuando registre la identidad de un adolescente indígena el cual menciono ser mestizo siendo de raíces indígenas y esto es culpa de los padres de familia ya que los mismos fomentaron que dijera que es mestizo para evitar la discriminación.	-La difusión es muy limitada, el estado debe crear programas específicos donde se promueva la cultura como tal, para ello deben crear canales temáticos donde se expongan los conocimientos culturales los cuales sean dedicados para los jóvenes.  -Muchas veces se hace de lado la identidad cultural, ya que por miedo a la discriminación las familias inculcan estos valores a sus hijos los cuales rechazan su etnia.
#3 (Juliana Ulcuango)	3. Considera usted que las redes sociales bien utilizadas pueden contribuir en cuanto a la promoción de la diversidad cultural.	A través de radio, televisión y redes sociales podemos crear contenido de alcance masivo, las mismas deben manejarse de forma responsable para tener un alcance tanto fuera como dentro de la comunidad.	-Los medios comunicacionales, así como también las redes sociales son altamente masivas y enfocando a un contenido correcto las mismas pueden llegar tanto dentro como fuera de la comunidad.

# de entrevistado	Pregunta	Respuesta	Interpretación
#3 (Juliana Ulcuango)	4. ¿Cuál cree usted que es el papel de los gestores culturales en el uso de las redes sociales para preservar y promover a la identidad cultural?	Los gestores culturales deben realizar contenido en base a su propia identidad cultural, manejar con seriedad estas temáticas para que los mismos lleguen a adolescentes, el papel del gestor cultural debe mantener una línea de programación en relacionada a la cultura propia, también deben comprender que el adolescente es alguien inquieto y maleable.	-Los gestores culturales deben mantenerse en su propia línea de contenido la cual este relacionada a la cultura propia.  -Se debe comprender que los adolescentes son inquietos y maleables los mismos se guían bajo el contenido breve de las redes.
#3 (Juliana Ulcuango)	5. ¿Ha observado algún cambio en cuanto a los adolescentes se relacionan con su propia identidad debido al uso de las redes sociales?	Los adolescentes tienen ideales, ellos son maleables y gracias a ciertos personajes de redes sociales cambian su patrón de vestimenta, habla y comportamiento. Las redes sociales están formando como ser una persona superficial para que los mismos tengan un sentido de pertenencia en cuanto a un grupo social.	-Ciertos personajes más conocidos como influencers los cuales son muy populares dentro de los entornos de redes sociales y por ende son el modelo a seguir en tono a los adolescentes los cuales son fanáticos de los mismos y quieren ser iguales a ellos.
#3 (Juliana Ulcuango)	6. ¿Considera usted que las redes sociales pueden desempeñar un papel positivo en cuanto a preservar	Si, las redes sociales desempeñan un gran campo de oportunidades en cuanto a la promoción de la identidad cultural, el medio comunicacional es fundamental para que la cultura se mantenga, también	-Las redes sociales bien manejadas constituyen un gran campo de oportunidades para difundir las tradiciones de forma asertiva, también se debe apelar a la creación

# de entrevistado	Pregunta	Respuesta	Interpretación
	la identidad cultural? ¿Por qué?	se pueden crear redes sociales temáticas donde se fomenten las tradiciones, a su vez tener colaboraciones con influencers.	de contenido con influencers los cuales atraigan a los adolescentes.
#3 (Juliana Ulcuango)	7. ¿Qué herramientas se utilizan para fomentar la cultura en los adolescentes?	El empleo de medios sociales donde sean incluyentes, espacios donde los adolescentes sean integrados no solamente a copiar patrones si no a escuchar sus voces y participar dentro de estos espacios, también el poner énfasis en los ministerios que generan cultura para que de esta forma los adolescentes realicen actividades en especial encaminadas a música y programas con enfoques culturales.	-Los adolescentes deben ser incluidos dentro de las actividades de la comunidad, los ministerios e instituciones gubernamentales deben realizar programas enfocados a enseñar a los adolescentes sobre que realizar actividades de tipo cultural como la instauración de música con mensajes y creación de contenidos donde se muestre la cultura de la zona correspondiente.
#3 (Juliana Ulcuango)	8. ¿Cómo se puede equilibrar el uso de las redes sociales para promover la cultura si necesidad de caer en superficialidad?	El estado financia cosas innecesarias y no ayuda a la promoción de cultura dentro de las redes sociales, deberían instaurar programas con materiales donde se plasme la cultura, en nuestro país están recursos no están utilizados. Cabe recalcar que nuestro país no es consciente de las maravillas naturales que hay dentro del mismo, es por tal motivo que los políticos	-Los organismos estatales deben promover la creación de programas culturales, destinar el dinero que ocupan para obras, para encaminar programas culturales a través de redes sociales.  -Ecuador es un país megadiverso y por lo tanto debemos de aprovechar los recursos que cada cultura tiene y empezar a mostrarlos en las redes sociales.

# de entrevistado	Pregunta	Respuesta	Interpretación
		deben poner especial cuidado ante los fondos y en que los invierten todo de forma inteligente	
#3 (Juliana Ulcuango)	9. ¿Cuáles son los principales desafíos a los que se enfrentan los gestores culturales al emplear redes sociales como un medio de difusión cultural?	No se prioriza nada de parte de los gobiernos, los mismos organismos ven a la cultura como un segundo plano, es necesario que los gestores busquen a personas que quieran realizar proyectos con personas que quieran recuperar la cultura para que los mismos no se queden en espera de ayuda estatal.	- Los gobiernos ven a la cultura como algo secundario por tal motivo los gestores culturales tienen que velar por la difusión de cultura no deben quedarse quietos los mismos tienen que buscar soluciones viables como crear proyectos colaborativos.
#3 (Juliana Ulcuango)	10. ¿Qué consejos se brindaría a los adolescentes de comunidades o grupos culturales para emplear las redes sociales de manera efectiva y auténtica en la preservación de su identidad cultural	Desde la familia, comunidad, instituciones, medios comunicacionales, redes sociales debemos unirnos y que los gobiernos locales y nacionales prioricen y motiven a la cultura motivándola para que la misma surge y no quede reducida a datos estadísticos. Los gestores culturales opino que deberían de ser indígenas	- La escuela principal para aprender valores es la familia, la misma debe fomentar valores y conocimiento en base a la identidad cultural.  -El gestor cultural debe ser indígena porque los mismos son conocedores de tradiciones y cultura de su zona.

*Nota.* Análisis de la entrevista a la gestora cultural Juliana Ulcuango (2023)

**Tabla 9**

*Entrevista al gestor cultural Elvis Tuquerres.*

# de entrevistado	Pregunta	Respuesta	Análisis
#4(Elvis Tuquerres)	1. ¿Cuáles son los principales motivos que provocan que los adolescentes hagan de lado sus raíces culturales?	Hay varios factores, el mismo puede empezar desde la familia cuando los mismos no practican e incentivan estos conocimientos. A su vez en la parte externa está presente la globalización debido a la tecnología avanzada. Dentro del escenario educativo muestra un factor importante, ya que en los mismos entornos no se imparte este tipo de conocimientos basados en la cultura.	-La familia lamentablemente ya no esta fomentando sus tradiciones por los temas de discriminación que se presentan hacia la etnia indígena.  -La globalización ha avanzado y estos medios se han mal utilizado ya que se ven contenidos inoficiosos de parte de los adolescentes.
#4(Elvis Tuquerres)	2. ¿Qué opina usted sobre el impacto de las redes sociales en cuanto a la preservación de la identidad cultural de los adolescentes	Esta parte es de doble filo ya que por un lado es perjudicial ya que las redes sociales son una ventana que emplean los adolescentes para ser influenciados por música y nuevas ideologías de pensamiento. También las mismas pueden ser empleadas de forma correcta para difundir cultura, ya que emplean recursos de video, audio y visual. En si las redes sociales son una puerta para conocer las culturas desde un punto de vista adolescente.	-Los adolescentes al carecer de criterio propio muchas veces tienden a seguir patrones de comportamiento modificando sus raíces.  -Por otro lado, si las mismas se emplean bien la cultura puede ser difundida de forma libre y la misma puede llegar a personas internas como externas.
#4(Elvis Tuquerres)	3. Considera usted que las redes sociales bien utilizadas pueden contribuir en cuanto a la promoción de la diversidad cultural.	Sí, son herramientas positivas para difundir e incentivar la pertenencia cultural.	-Las redes sociales usadas responsablemente constituyen lograr un aprendizaje entre los adolescentes arraigando mucho más el vínculo que tienen a sus raíces.
#4(Elvis Tuquerres)	4. ¿Cuál cree usted que es el papel de los gestores culturales en el uso de las redes sociales para	Los gestores culturales emplean las redes sociales para promocionar sus actividades, también sacan al aire sus productos visuales o proyectos a futuro,	-El gestor cultural debe de crear blogs en cada red social existente para que dentro de la misma los jóvenes accedan a ella y logren un gran

# de entrevistado	Pregunta	Respuesta	Análisis
	preservar y promover a la identidad cultural?	estas actividades tienen que ver con los adolescentes para reforzar en ellos la cultura propia, a manera de repositorio gracias al empleo de blogs temáticos para que los mismos sean publicitados en entornos educativos.	aprendizaje; si se trabaja correctamente sobre ellos los mismos pueden llegar a entornos educativos para complementar la enseñanza.
#4(Elvis Tuquerres)	5. ¿Ha observado algún cambio en cuanto a los adolescentes se relacionan con su propia identidad debido al uso de las redes sociales?	Si, los adolescentes han cambiado un ejemplo de esto es su vestimenta la cual está totalmente occidentalizada, los mismos hasta incluso llegan a renegar de su origen y este factor es por la posible discriminación que los mismos puedan recibir.	-Gracias a la discriminación muchos adolescentes han optado por cambiar sus tradiciones para pertenecer a grupos y ser aceptados por los mismos.  -Este factor también muestra la falta de criterio que muchos tienen.
#4(Elvis Tuquerres)	6. ¿Considera usted que las redes sociales pueden desempeñar un papel positivo en cuanto a preservar la identidad cultural? ¿Por qué?	Las redes sociales significan una estructura en la que están todo tipo de personas las cuales consumen contenido, hay que usarlas con responsabilidad y primeramente conocer al público al cual queremos llegar.	-Para crear contenido dentro de redes sociales debemos conocer a que publico queremos llegar a su vez usar estas herramientas con responsabilidad.
#4(Elvis Tuquerres)	7. ¿Qué herramientas se utilizan para fomentar la cultura en los adolescentes?	Para fomentar la cultura se deberían emplear herramientas mediante actividades culturales en las cuales los adolescentes sean participes y para ello sería ideal el empleo de la mano de obra de influencers, para llamar la atención de los mismos.	- Hay que aprovechar el uso de herramientas actuales como los influencers y que mejor que los mismos sean de origen indígena para de esta forma afianzar mucho mas el amor por lo propio y autóctono hacia los adolescentes.
#4(Elvis Tuquerres)	8.¿Cómo se puede equilibrar el uso de las redes sociales para	Las redes sociales deberían ser como un medio de comunicación donde se replique de forma natural lo que se	-La folklorización es un factor que con el paso del tiempo se ha empezado a

# de entrevistado	Pregunta	Respuesta	Análisis
	promover la cultura si necesidad de caer en superficialidad?	realiza dentro de las comunidades. La superficialidad indica una folklorización no hay consultas previas sobre las temáticas de la cultura del pueblo y el contenido se convierte en algo vacío.	volver superficial ya que solo se centra en las celebraciones del pueblo.  -Otro punto es que los creadores de contenido deben conocer a profundidad la información del pueblo es decir sus tradiciones culturales ya que una información sin bases se convierte en algo vacío.
#4(Elvis Tuquerres)	9.¿Cuáles son los principales desafíos a los que se enfrentan los gestores culturales al emplear redes sociales como un medio de difusión cultural?	Manejan desafíos del desconocimiento del manejo de las mismas ya que las mismas son avanzadas y presentan distintas temáticas, imposibilitando el manejo de las mismas, es importante que los que manejen conozcan sobre estas plataformas para utilizarlas y subir contenidos relacionados a cultura. Opino que los mismos deberían recibir capacitaciones.  Cabe recalcar que el gestor cultural debe tener conocimientos en ediciones de videos e imágenes es por tal motivo que deben tomar cursos con personal capacitado del tema.	-Se deben ofrecer cursos dirigidos a los gestores culturales los cuales desconozcan de las nuevas redes sociales, dentro de estos cursos se trabajaría sobre la creación de contenido y como lograr editar videos y artes visuales de forma atractiva para que la misma página gane relevancia dentro de los adolescentes.
#4(Elvis Tuquerres)	10. ¿Qué consejos se brindaría a los adolescentes de comunidades o grupos culturales para emplear las redes sociales de manera efectiva y autentica en la preservación de su identidad cultural?	Que los adolescentes deben aprovechar sus lindos paisajes y atractivos para que creen contenido, mostrar tal y ellos como son naturalmente mostrando tanto a personas internas como externas de la cultura del lugar en el que habitan y sobre todo que utilicen son moderación estos espacios.	-Hay que aprovechar lo que la naturaleza nos brinda, las comunidades presentan tierras fértiles y paisajes asombrosos y no hay nada mejor que mostrarlos y si los adolescentes lo realizan esto obtendrá mucha relevancia dentro de la audiencia de las redes sociales.

*Nota.* Entrevista a Elvis Tuquerres, acompañada con sus datos respectivos y respuestas sobre las temáticas abordadas (2023).

## **2.8.2. Sistematización de la observación**

### **2.8.2.1. Nancy Risol**

Es una joven de origen ecuatoriano la cual vive en Saraguro (Loja-Ecuador). Dentro del contexto actual es considerada como una de las youtubers que más éxito ha tenido en el país cuenta con 2.6M de suscriptores en su canal de Youtube, dentro del mismo expone contenido variado, el cual está enfocado a turismo en distintas provincias y países, así como también contenido relacionado a su vida y memorias donde resalta su cultura de origen.

El video que he analizado se llama "Conociendo mi Penhause" el cual posee 749 mil de me gusta y 11 millones de vistas, dentro del mismo se logró observar que esta creadora de contenido mantiene su vestimenta tradicional de la etnia Saraguro, también el escenario donde se desarrolla el video es de tipo rural al igual que la casa la cual es tradicional y guarda patrones de arquitectura rural como son las paredes de tierra, ollas de barro para la respectiva preparación de comida así como otros utensilios de cocina los cuales son artesanales

Emplea un lenguaje tradicional y moderno ya que menciona ciertas palabras las cuales son de la cultura indígena como Pachamama y palabras occidentales como "Lamborghini" y marcas occidentales de productos. Ella respeta sus tradiciones autóctonas ya que no se siente avergonzada de mostrar su hogar y de la vida del campo; ya que menciona la vida del campo como es el cuidar animales, este video trata de rescatar a la cultura, ya que no existe mofa de la cultura al contrario la promueve y nos da una visión cercana sobre lo que es la vida del campo, manteniendo su esencia propia mostrando una realidad cercana a la vez que respeta las tradiciones autóctonas de la zona en la que vive.

Otro punto importante es que no muestra palabras soeces y siempre apela a la comedia mientras enseña sobre sus tradiciones. Es grato observar que existe una creadora de contenido la cual es adolescente y no siente miedo al qué dirán por su forma de vivir y de exponer sus tradiciones de una manera creativa.

### **2.8.2.2. Azhukito.**

Taiwan Tene más conocido como Azhukito es un creador de contenido de origen Saraguro, cuenta con 1M de personas suscritas a su canal de Youtube, su contenido trata

sobre comedia, contenido con otros influencers como Nancy Risol y Meliza Yumisaca y también maneja contenidos de blogs donde muestra aspectos de su vida como clases virtuales y logros de crecimiento sobre su canal de Youtube.

Para el presente análisis se tomó presente al video de "Esposa vs Amante" el cual contiene un numero de 125 mil de likes y contando también con 18 millones de vistas, el video mantiene una línea de respeto en cuanto a la vestimenta tradicional en la cual se ve al influencer con sus ropajes de la etnia Saraguro, los escenarios de la producción se desarrollan en el campo y ciudad, por otro lado se observa una mofa hacia la cultura teniendo en cuenta el empleo de términos soeces en los cuales se muestra el irrespeto a la mujer, se podría inferir que existe cierto machismo a la vez que expresa una mala visión de los hombres de la cultura Saraguro haciéndolos ver como infieles e irrespetuosos y denotando que la infidelidad es buena, pero al final se imparte una reflexión al final. También usa un lenguaje occidental y un contenido que apela a la comedia.

### **2.8.2.3. Leonardo Sefla.**

Es un influencer indígena el cual se ha hecho muy conocido por medio de redes sociales debido a que su hobby es la calistenia. Su canal llamado "Runa Calisthenics" cuenta con una cantidad de 10.4 mil usuarios de esta plataforma que lo siguen, el contenido expuesto dentro de su canal trata sobre conservación ecológica, memorias de infancia encaminadas a conocer sobre el entorno rural en el cual vive.

El video con más vistas en su canal se titula "Mi primer video" contando con una cantidad de 128 mil visualizaciones, en cuanto al número de likes presenta una cifra de 10 mil usuarios a los cuales les gusto el video. En cuanto manejo de escenarios se pueden ver paisajes propios de la zona rural de Pucará, al igual que la música la cual es tradicional, dentro de este video se ve que manejo una vestimenta semi tradicional ya que el Youtuber mezcla elementos occidentales y tradicionales como el sombrero el cual es una prenda típica.

El contenido de este video resalta temáticas sobre el paro nacional y el panorama vivido en esas fechas, muestra que los adolescentes pueden involucrarse dentro de escenarios donde se alce la voz para respetar derechos. Dentro de esta producción él hace una queja orientada a las personas que tomaron su imagen pedir falsas donaciones en el contexto del

paro a la vez que da un mensaje de prevención para los creadores de contenido. No muestra burlas o mofas.

Emplea lenguaje indígena hablando en su idioma autóctono, menciona que desea realizar un contenido encaminado a la educación de los niños para valorar el campo, los valores del hogar, ect.

#### **2.8.2.4.Meliza Yumisaca.**

Comunicadora, actriz y modelo nacida en Colta, provincia de Chimborazo. Al formar parte del pueblo Puruhá se siente orgullosa y por lo tanto no duda en mostrarlo ante la sociedad y por este motivo decidió abrir un canal de Youtube en el cual expone contenidos de entrevistas a personajes conocidos a nivel nacional, así como también videoblogs y contenido de comedia vinculado con reflexión.

El canal de Youtube actualmente cuenta con 91.2 mil seguidores, el presente video puesto en la observación es "Visite el lugar en el que nací" el presente cuenta con 8.2 mil likes, la musicalización empleada es de tipo tradicional de acuerdo a la comunidad de donde ella es originaria, emplea vestimenta autóctona, rescata sus tradiciones mostrando el lugar de origen a la vez que muestra un carácter humanitario regalando alegría a los niños de su comunidad por medio de regalos. Comenta sobre la vida dentro de la comunidad, así como también las tradiciones que en ella se desenvuelven.

No hace ningún tipo de mofa a las tradiciones al contrario las promueve ayudando a las personas que más lo necesitan, no se avergüenza de sus orígenes, emplea el uso del lenguaje Kichwa, interpretado y traducido por ella misma al momento de la conversa que tiene con su abuela. Muestra un gran respeto por los mayores. El entorno donde se desenvuelve el video es en la ciudad y el campo mostrando el paisaje tradicional, así como también a las personas de la zona.

#### **2.8.2.5.Elena Gualapuro.**

Nacida en la ciudad de Otavalo, esta influencer viene de una familia de artesanos los cuales fueron su pilar fundamental para expresarse e iniciar dentro del mundo de las redes sociales a inicios del año 2021. Contando con una cifra de 29.9 mil suscriptores en Youtube,

esta creadora de contenido muestra contenidos relacionados a tradiciones de su cultura y videoblogs sobre su vida, así como también los lugares que va a conocer.

Contando con 272 mil vistas y 5.3 millones de likes el video "El mejor cuy asado en tiesto" es el video más viral de esta creadora de contenido la cual muestra la preparación de un plato tradicional como es el cuy asado, se visualiza que emplea vestimenta tradicional, al igual que de fondo musical se escucha música típica de la zona de Otavalo. Para que el video tenga un mayor atractivo ella emplea el uso de memes virales. Para este video ella conto con la colaboración de una mujer autóctona de su comunidad la cual mostro todo el proceso que conlleva el preparar un plato tradicional.

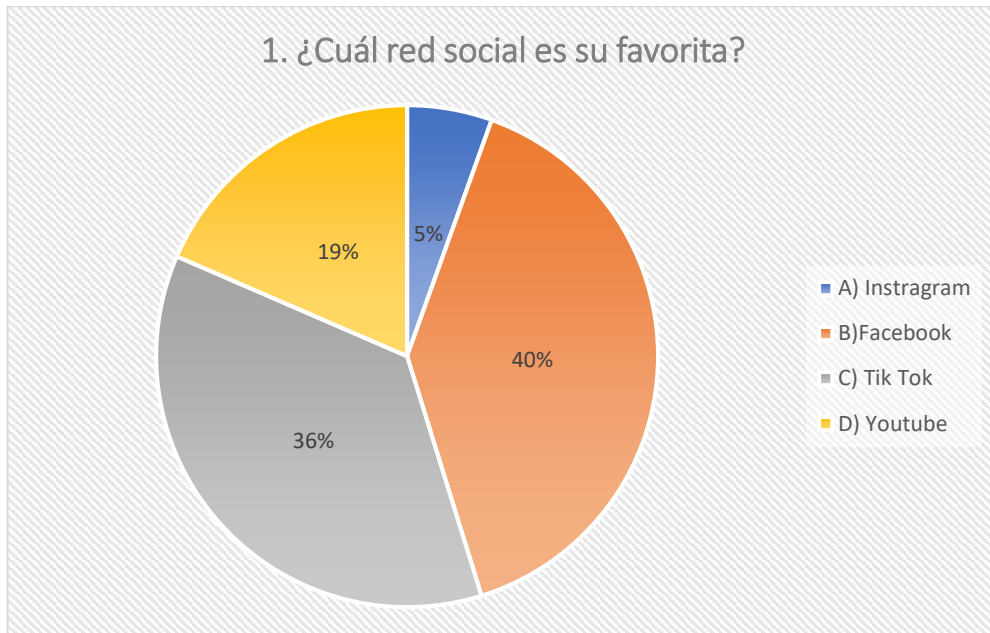
### **2.8.3. *Análisis de las encuestas***

A partir del análisis realizado a continuación se registra para cada aspecto tratado, la representación gráfica de las puntuaciones obtenidas, en términos de frecuencia y proporción de cada aspecto analizado respecto del total.

Así, en las Figuras de la 1 a la 4, se registran las redes preferidas, las redes en las cuales poseen cuentas activas, los dispositivos y modalidades a partir de los cuales se conectan. Mientras que en las Figuras de la 5 a la 7, se registran los temas relativos a los influencers, tales como, identificación a quienes siguen, favoritismo, y contenidos preferidos, con especial atención a la identidad cultural. Las Figuras 8 y 10, por su parte, se emplean para consignar frecuencia, razones de uso de las redes y personal de la familia que comparte los medios que emplea. Finalmente, en las Figuras de la 11 a la 13, se analiza la motivación de los estudiantes para convertirse en influencers, en general y en difusores de la identidad cultural, en particular, así como el tiempo que el dedican y su impacto en el desarrollo de las actividades que como estudiantes desarrollan.

**Figura 1**

*Redes sociales favoritas entre los adolescentes de la Unidad Educativa Dolores Cacuango.*

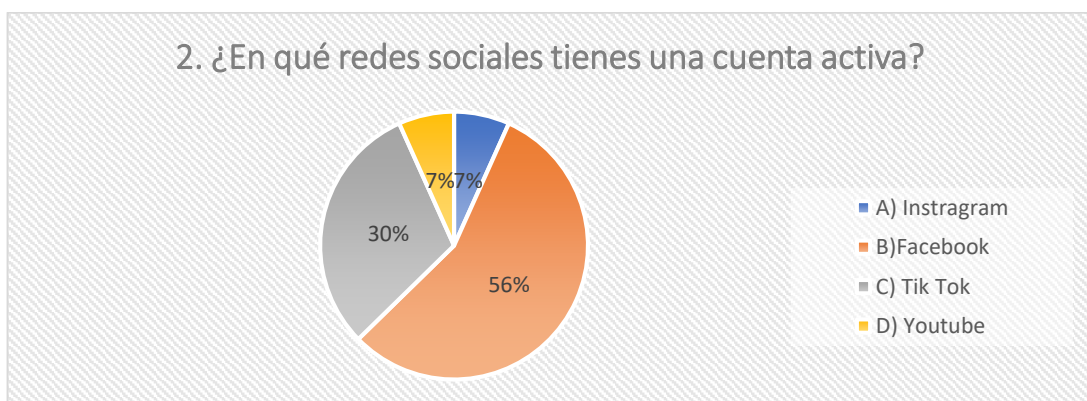


*Nota.* El pastel de datos estadísticos muestra las cifras de gustos por redes sociales de parte de los adolescentes Fuente: Gerenas (2023)

La gran mayoría de los estudiantes encuestados (40%) señalan que Facebook es su red social predilecta, seguido por la preferencia a TikTok, (36%). Dentro de este mismo aspecto con menos del 20%, tenemos a Youtube y finalmente con una muestra reducida tenemos la predilección por la red social Instagram.

**Figura 2**

*En que redes sociales los estudiantes de la Unidad Educativa Dolores Cacuango tienen redes sociales con cuentas activas.*

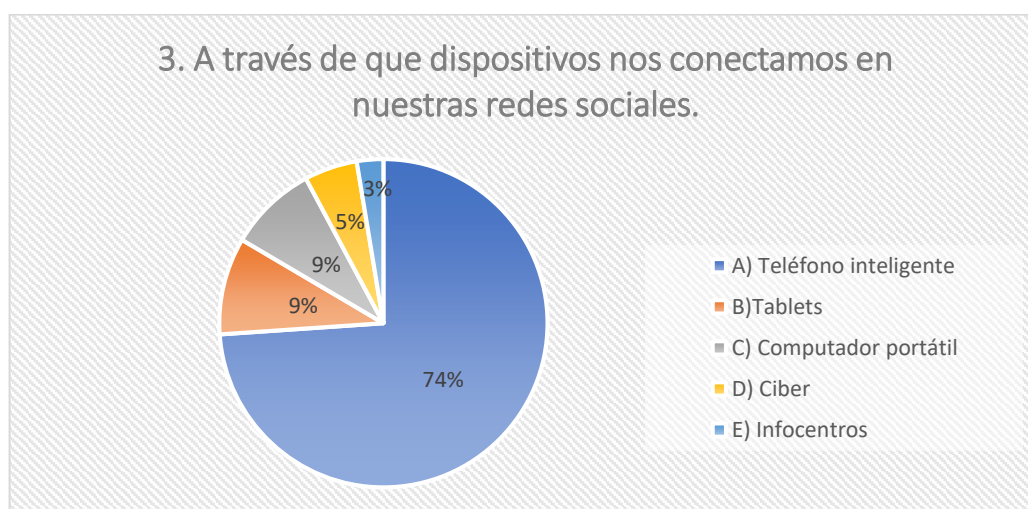


*Nota.* La figura muestra los respectivos porcentajes en cuanto a las redes sociales con cuentas activas. Fuente: Gerenas (2023).

En base a los datos arrojados la gran mayoría de los encuestados posee una cuenta activa en Facebook, (56%). Le sigue TikTok (30%), mientras que un reducido porcentaje presenta redes activas en Youtube e Instagram.

### **Figura 3**

*Dispositivos que emplean los estudiantes de la Unidad Educativa Dolores Cacuango para conectarse a sus redes sociales.*

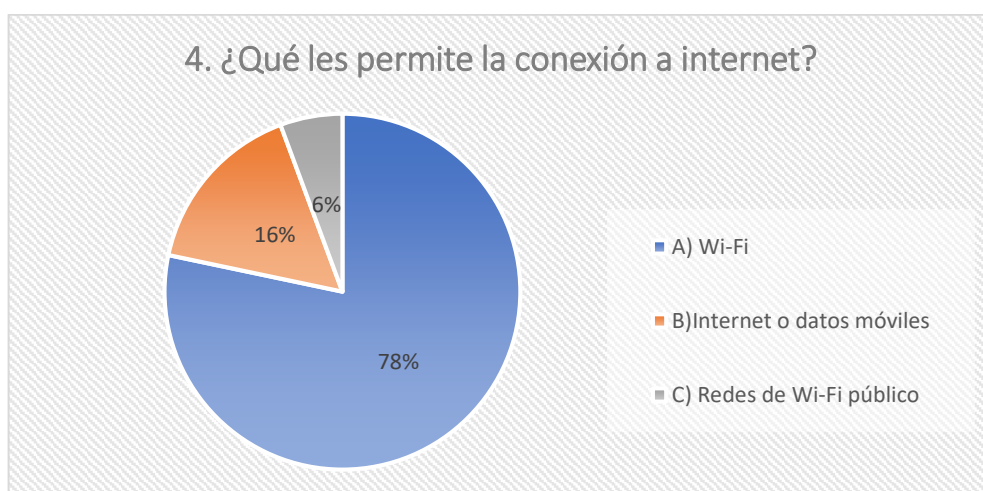


*Nota.* La figura estadística indica los respectivos datos de cuáles son los dispositivos empleados para conectarse a través de redes sociales. Fuente: Gerenas (2023)

Un gran porcentaje de los presentes encuestados (74%) emplea el teléfono inteligente para acceder a sus redes sociales, mientras que, en menor proporción, emplean tablets así como también computadores portátiles (9% en ambos casos). Por otro lado, tenemos que algunos de los encuestados emplean un ciber, y un grupo reducido asiste a infocentros para poder conectarse a internet.

### **Figura 4**

*Qué modalidades tecnológicas les permite a los estudiantes lograr la conexión con internet.*

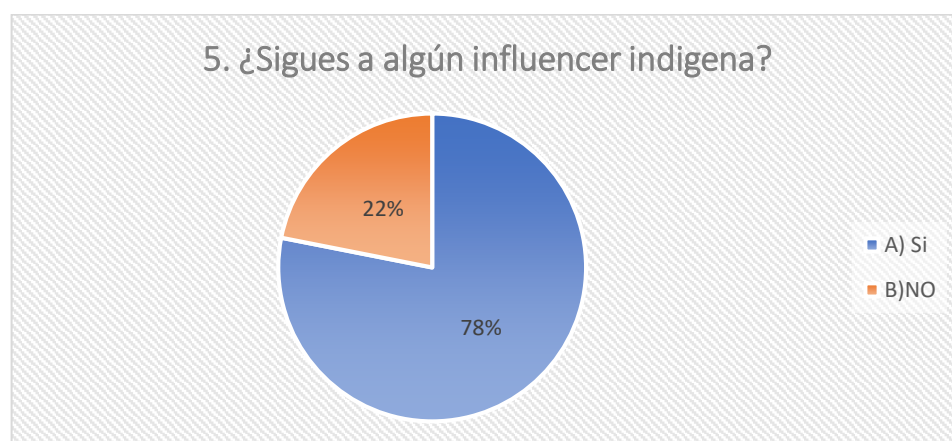


*Nota.* El presente pastel estadístico nos muestra un índice porcentual sobre el medio que les permite la conexión a internet a los estudiantes. Fuente: Gerenas (2023).

Un gran porcentaje de los encuestados (78%) menciona que son las redes Wi-Fi de carácter privado, las que les permiten que se conecten a internet, otro grupo menciona que son los datos móviles, más conocidos como planes de internet celular (16%) y en último lugar tenemos a las redes Wi-Fi de uso público las cuales están presentes dentro de parques, buses o restaurantes.

### Figura 5

*Conociendo cuantos estudiantes siguen a influencers indígenas.*

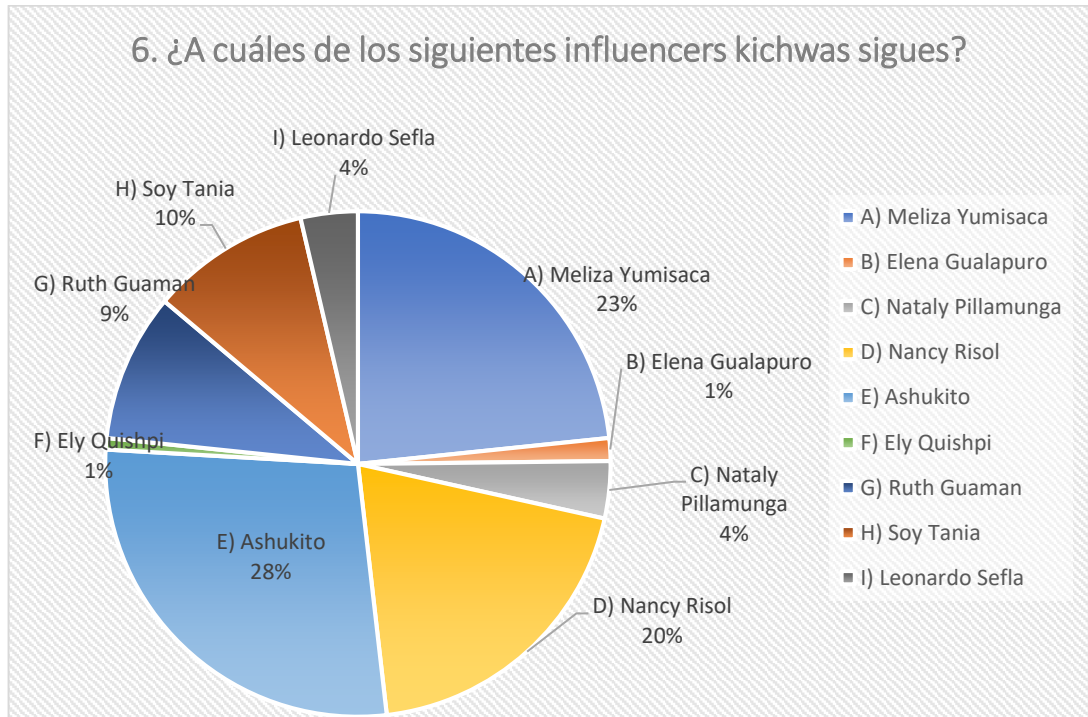


*Nota.* Gráfico estadístico donde se visualiza la acogida que han tenido los influencers indígenas. Fuente: Gerenas (2023)

Más de la mitad de los encuestados (78%) menciona que, en efecto, sigue a un influencer indígena, dentro de este mismo ámbito, solo el 22% menciona que no sigue a ninguno.

### Figura 6

*Cuáles son los influencers más preferidos por los estudiantes encuestados.*



*Nota.* Pastel de datos en donde se visualiza a influencers conocidos a nivel nacional y cuáles son los más consumidos por los adolescentes. Fuente: Gerenas (2023).

Dentro del aspecto de los influencers predilectos por los encuestados el resultado mayor arrojó el seguimiento al comediante indígena Ashukito, y muy de cerca a las influencers Meliza Yumisaca y Nancy Risol, los cuales suman el 71% por ciento de la preferencia total. Les siguen con una proporción aproximada del 10%, Soy Tania y Ruth Guamán, por parte de cada una. Concluyen la preferencia con una participación inferior al 5%, Leonardo Sefla, Nathaly Pillamunga, Elena Gualapuro y Ely Quispi con una acogida menor que los anteriores, para el rango de edad de los estudiantes encuestados.

### Figura 7

*Visualización del porcentaje de contenidos más vistos en redes sociales.*

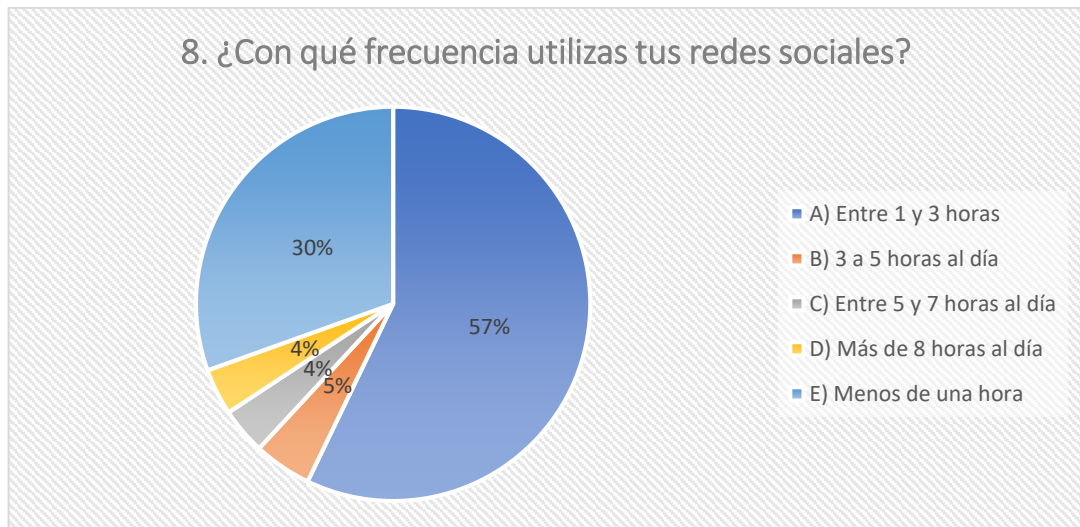


*Nota.* Gráfico estadístico de los contenidos predilectos en redes sociales de parte de los adolescentes. Fuente: Gerenas (2023).

El porcentaje mayor de encuestados sienten atracción por contenidos relacionados a deportes variados (15%), por otro lado, se visualiza un porcentaje importante de vistas en cuanto a memes (13%), películas – series, y artistas – musicales con una proporción similar (12%). Les siguen en preferencia a los contenidos de educación, noticias y comedias, con una proporción promedia del 7%. Sin embargo, en forma reducida, se observan preferencias aproximadas al 5% a contenidos como fotografía, identidad cultural, recetas de cocina y viajes. Siendo definitivamente, reducido (1%) el interés por los tutoriales, el maquillaje y la moda.

### **Figura 8**

*Frecuencia en la cual los adolescentes emplean sus redes sociales.*

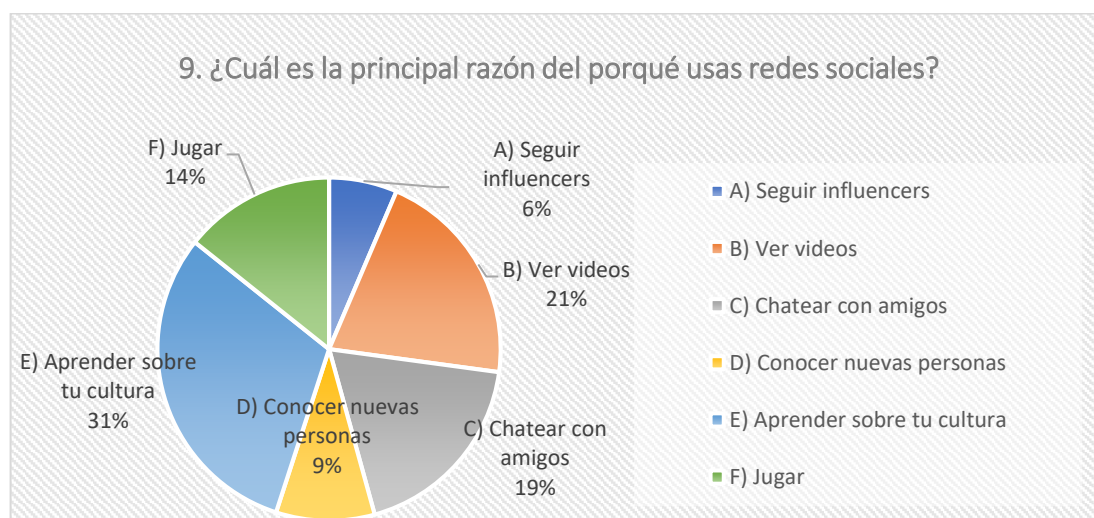


*Nota.* Estadísticas basadas a la frecuencia de uso de las redes sociales por parte de los adolescentes encuestados.

El porcentaje más alto (57%) emplea entre 1 y 3 horas el consumo de las redes sociales. Le sigue el correspondiente a estudiantes que emplean al menos una hora (30%), siendo residual la proporción de los estudiantes, que le dedican entre 3 y 5 horas (5%) y mucho menor la cantidad de estudiantes que dedican más de cinco horas, pero que en forma acumulada corresponden al 8%. de los alumnos.

### Figura 9

*Razones principales del porque los adolescentes emplean redes sociales.*



*Nota.* Razones brindadas de parte de los adolescentes y por qué emplean redes sociales.  
Fuente: Gerenas (2023)

La gran mayoría de los estudiantes encuestados menciona que emplea las redes sociales preferencialmente para aprender sobre la cultura (31%), ver videos (21%), y chatear con los amigos (19%), mientras que en una proporción menor las utilizan para jugar (14%), conocer personas (9%) y seguir a influencers (6%).

### Figura 10

*Análisis sobre los miembros de la familia que emplean con uso frecuente las redes sociales.*

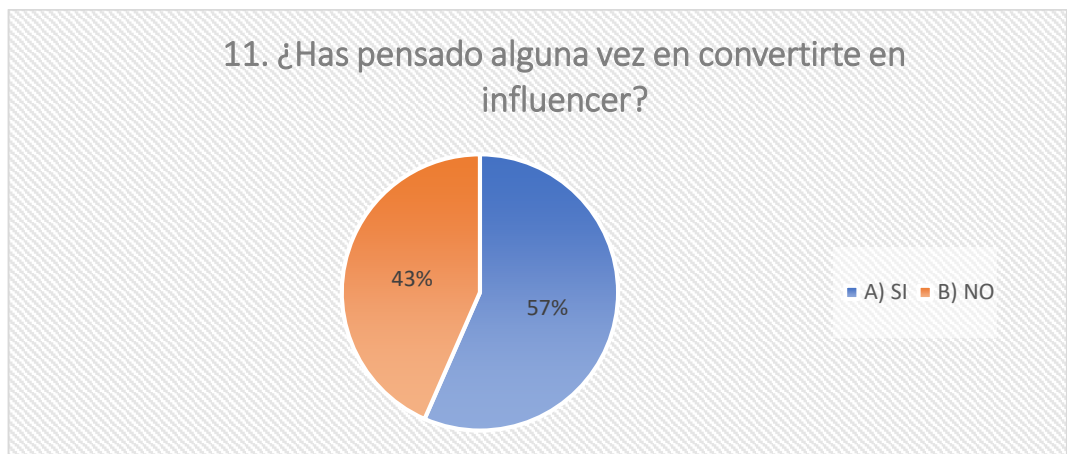


*Nota.* Quiénes son los que emplean más a menudo las redes sociales en los hogares de los estudiantes. Fuente: Gerenas (2023)

El porcentaje más alto de encuestados señaló que el mismo emplea en casa las redes sociales de forma frecuente (34%), por otro lado, los hermano/as entran dentro de este grupo en segundo lugar (27%), en tercero y cuarto lugar tenemos a mamá y papá como consumidores de redes sociales dentro del hogar: 10% y 14% respectivamente; siendo el porcentaje más pequeño está el grupo de tío/as y primo/as.

### Figura 11

*Los estudiantes que han pensado tanto en convertirse en influencers como los que no desean serlo.*

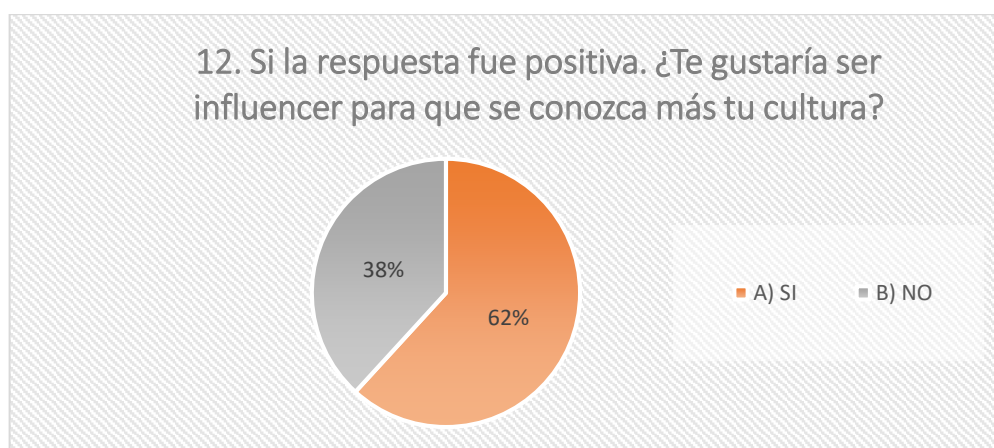


*Nota:* Estudiantes que han pensado alguna vez llegar a convertirse en influencers o creadores de contenido. Fuente: Gerenas (2023)

Más de la mitad de los encuestados (57%) muestra una respuesta mayor en cuanto al hecho de su deseo de convertirse en influencer, mientras que la restante proporción muestra desinterés al ser creador de contenido para redes sociales.

### Figura 12

*Criterio de parte de los estudiantes sobre ser influencers para mostrar sus tradiciones culturales propias de la zona.*



*Nota.* Estadísticas basadas a considerar ser influencers y promotores de cultura. Fuente: Gerenas (2023)

La mayoría de los encuestados menciona que sí desearía ser influencer y promover contenidos de tipo cultural encaminados hacia sus raíces autóctonas (62%), dentro de este aspecto, el restante grupo menciona que no ha pensado serlo ni desearía convertirse en un promotor cultural.

### Figura 13

*Consideración de parte de los estudiantes en base al tiempo que pasan dentro de las redes sociales y si las mismas afectan sus actividades diarias.*



*Nota.* Estadísticas y valores porcentuales sobre el tiempo que los jóvenes pasan dentro de las redes sociales y la afectación que las mismas tienen. Fuente: Gerenas (2023)

La mayor proporción de los estudiantes del plantel (61%) mencionó que sienten que las redes sociales consumen tiempo afectando el desarrollo de sus actividades diarias, dentro de este mismo ámbito, el 39% de los encuestados restantes respondió que en ningún momento han sentido que las redes sociales afectan sus actividades diarias.

### **3. Resultados y Discusión**

Dentro de este apartado serán presentados los resultados tanto de las entrevistas, las cuales fueron dirigidas a los gestores culturales, así como también, de las observaciones realizadas por los influencers seleccionados, sobre los contenidos generados con mayor aceptación, y Finalmente, las encuestas que fueron realizadas a estudiantes de octavo a segundo de bachillerato de la Unidad Educativa Dolores Cacuango de la comunidad de Cangahua, ubicada en la ciudad de Cayambe.

#### **3.1. Resultados de las Entrevistas a Gestores Culturales**

En este apartado se detallamos los resultados de las entrevistas a los gestores culturales.

La familia y la escuela son sumamente importantes en cuanto al impartir enseñanzas con base a la cultura y tradiciones propias. Lamentablemente, por factores como la discriminación no son compartidas con tanta naturalidad lo cual ha provocado que los adolescentes olviden su idioma e inclusive sus tradiciones, otro factor notable son las migraciones sea por oportunidades laborales o estudio, este siempre ha sido y será un factor de riesgo que pone en juego a las culturas autóctonas las cuales quedan relegadas de forma paulatina.

Hernández (2017) comenta que dentro del ámbito educativo el cuerpo docente está en su deber de asegurar la cultura como un medio de existencia del hombre y como razón de sus acciones. Por ende, hay que tener en cuenta que la cultura es comunicación y la escuela o colegio sin duda alguna debe ser un lugar donde se fomenten actividades de tipo cultural las cuales están encaminadas a conocer la cultura y tradiciones de la zona (p.6)

Dentro del aspecto de migración el autor Lewin (1948) plantea que los inmigrantes se deben vincular con la nueva cultura del país o zona donde están habitando; pero deben mantener vivas sus raíces de origen. Muchas veces en esa adaptación sea por discriminación o por encajar dentro de una sociedad modifican desde su ropa hasta su idioma.

Los gestores culturales entrevistados mencionaron un punto clave el cual estipulaba que los creadores de contenido deben ser capacitados en cuanto al contenido que tienen que

promover dentro de sus blogs, el mismo debe ser interactivo y apelar a un grupo específico de personas en este caso los adolescentes los cuales son fanáticos de contenidos cortos y novedosos.

Dentro de esta línea el autor Guerrero (2017) postula que un estimado de 81% de profesionales en la rama de marketing ven útil, beneficioso y de éxito que los influencers participen dentro de las campañas de marketing para que los mismos proporcionen un valor de marca y además de que las ventas del producto aumentaran (p.11).

En este caso se quiere comercializar a la cultura de una determinada zona y hacerla notar especialmente por los adolescentes que viven dentro de la misma al ver al influencer que es una figura de tendencia y asombro los adolescentes querrán seguirla e imitarla.

A su vez el influencer es un representante o embajador de la marca el cual comparte fotos, videos y reviews de los productos de la respectiva marca, estas actitudes tienen que salir de forma natural donde se visualice que no lo haga por compromiso, si no por pasión. Pero también hay que estar preparados para cuando el influencer acabe expresando una imagen impositiva de la marca y por consiguiente el mismo deja de ser seguido y aclamado.

Dentro del escenario actual, el gestor cultural está en movimiento, es decir se une a nuevos proyectos los cuales incluyen redes sociales para posteriormente realizar un trabajo cultural, tomando en cuenta el tipo de consumo en cada plataforma, por parte del público objetivo. eso si teniendo en cuenta las redes sociales en tendencia, así como también el contenido apetecido por los adolescentes.

Hay que tener en cuenta que el estado usualmente no genera proyectos de promoción cultural destinado a los adolescentes los cuáles incluyan a los adolescentes en realización de contenido en conjunto con influencers los cuáles tengan popularidad en la sociedad actual, los recursos del país deben estar bien encaminados para las generaciones del mañana las cuales deben estar preparadas para el futuro laboral.

Tanto el gestor cultural, la familia, escuela e influencers tienen mucho que ver dentro de la vida del adolescente el cual escucha y está atento a diversos conocimientos sean físicos o de manera de virtual, es por tal motivo que estas personalidades deben de actuar con

responsabilidad y tacto al momento de fomentar o impartir contenidos, hay que generar amor por la cultura y no dejar que se extinga y que posteriormente no existan registros para futuras generaciones que quieran ganar conocimientos de las mismas.

### **3.2. Resultados de la Observación de los Videos más Virales de los Influencers**

#### **Indígenas.**

Los influencers que se tomaron en cuenta son de origen indígena durante el contenido que ellos exponen dentro de sus videos muestra claramente su cultura autóctona a la vez que imponen contenidos de comedia para hacerlo mucho más entretenido, no reniegan de sus raíces y muestran sin temor al qué dirán de donde provienen y cuál es su pensamiento.

A su vez dentro del análisis realizada al creador de contenido Azhukito, lamentablemente el video más viral del creador mostraba una mofa a la cultura Saraguro, también se relacionaron comportamientos machistas y palabras soeces las cuales estaban enfocadas a un ámbito de comedia lo que no es edificante para el público adolescente que lo observa.

Por otro lado, los otros creadores de contenido demostraron que tienen un gran respeto y amor por su cultura no mostraron ningún tipo de palabras subidas de tono o comportamientos machistas, al contrario exhibieron solidaridad y empatía ya que ellos saben a qué tipo de público se están dirigiendo en esto caso adolescentes en pleno crecimiento los cuales constantemente buscan figuras de referencia social a las cuales admirar y seguir sus pasos de forma edificante y no hay mejor manera de manera.

Como bien lo menciona el autor Garcia (2017) postula que el influencer es considerado como un líder moderno el cual rompe con todo patrón tradicional, ya que este emplea emociones y empatía dentro de sus mensajes permitiendo que el mensaje sea interpretado de buena manera y con credibilidad de lo que él quiere comunicar (p.26).

Por tal motivo los contenidos deben ser manejados con mayor madurez y tacto; ya que en estas épocas donde las redes sociales son columna vertebral de la sociedad se deben de exponer contenidos de alta calidad siendo entretenidos y a la vez educativos.

Dentro del pertinente análisis se infiere que los creadores de contenido indígena analizados son humildes y empáticos, no sienten ningún tipo de rechazo o vergüenza a su cultura autóctona ya que en estos casos tanto la familia como la escuela intervinieron de forma oportuna, enseñando la cultura como tal y fomentando ese cariño que actualmente lo fomentan a través de sus metrajés.

Dentro del caso de la influencer Meliza Yumisaca se pudo analizar que ella a pesar de vivir en la ciudad de Guayaquil, aprecia mucho a su cultura de origen y trata de ayudar mediante proyectos de ayuda benéfica a las personas de su comunidad sean grandes o pequeños busca el beneficio unificado sea entregando vivieres o repartiendo alegría a los más pequeños del hogar a través de juguetes. Dentro de este mismo ámbito en el caso de Nancy Risol, Leonardo Sefla y Elena Gualapuro, se denota una preocupación positiva en cuanto al hacer notar las tradiciones autóctonas de cada comunidad las cuales van dirigidas a los adolescentes de la actualidad sean indígenas o no.

Para que la cultura se propague y exista un éxito masivo hay que tener en cuenta que si queremos lograr éxito dentro de una marca debemos tener en cuenta a la persona que vamos a elegir y para ello se deben seleccionar en base a sus parámetros como estilo sea de personalidad o vestimenta, edad y modus vivendi. Como lo menciona Rubio (2017) la marca primeramente tiene que analizar correctamente al influencer hay que tener en cuenta que no todos tienen el mismo estilo u objetivos, es por tal motivo que se debe consultar muy bien cuáles son sus talentos y aptitudes las cuales se acoplen a la marca (p.33)

Pero aun así existen posturas las cuales ven a los creadores de contenido como algo mediático así lo postula Lab Tecno Social (2022) el cual se basa en un analisis elaborado por analistas de datos que mencionan dos posturas la primera es sobre aprendizaje de otras culturas. Por otro lado, ven esto como algo mediático, una venta hacia la cultura indígena creando de esta forma un negocio en las plataformas digitales.

Hay que tener presente que los creadores de contenido postean un 33.3% de contenido el cual se vincula con sus actividades cotidianas, pero realizándolas de una forma cómica y entretenida pero la misma puede quedar folclorizada de manera vulgar y por ende al existir tantos influencers hay saturación de contenido y se hace cansado visualizar teniendo que trasladarse a otro tipo de contenidos los cuales son innovadores y de carácter

nacional o internacional. Dentro del análisis de estos cinco influencers se notó en algunos casos menos en el de Leonardo Sefla que el contenido expuesto es repetitivo; ya que siempre se encuentra a la comedia y al contenido de videoblogs.

### **3.3. Resultados de las Encuestas**

Dentro de este ítem se tomó en cuenta las redes sociales favoritas de los adolescentes y las horas dedicadas a estos espacios, también la cantidad de cuentas activas que poseen los estudiantes, los dispositivos, así como también el medio que les permite la conexión a internet, el tipo de contenido que consumen, a cuáles influencers Kichwas siguen, así como también si alguna vez a lo largo de su vida han pensado en convertirse en influencers.

#### ***3.3.1. Redes Sociales de Mayor Consumo y Cuentas Activas.***

Se infiere que la red social con mayor consumo es Facebook, por otro lado, tenemos que otro grupo prefiere TikTok, dentro de este mismo aspecto con menos de la mitad tenemos a Youtube y finalmente con una muestra reducida tenemos la predilección por la red social Instagram.

Dentro del apartado de cuentas activas la gran mayoría de estudiantes señala que la poseen en Facebook, por otro lado, TikTok y un reducido porcentaje presenta redes activas en Youtube e Instagram, siendo reducido su uso

Según un informe de Mentino Group (2022) llevando la ventaja principal en Ecuador posee 13,3 millones de usuarios, entre ellos constan los estudiantes encuestados de este grupo los cuales tienen preferencias por esta red.

#### ***3.3.2. Dispositivos de Conexión y Modalidades.***

Un gran porcentaje de los presentes encuestados emplea el uso del teléfono inteligente para acceder a sus redes sociales, otra cantidad emplea tablets así como también computadores portátiles, por otro lado tenemos que algunos de los encuestados emplean un ciber y teniendo un grupo reducido el cual asiste a infocentros para poder conectarse a internet.

Por otro lado, se llegó al análisis de que las redes Wi-Fi tienen una gran relevancia, en la mitad tenemos el uso de datos móviles, más conocidos como planes de internet celular y en último lugar tenemos a las redes Wi-Fi públicas.

### ***3.3.3. Seguimiento de Influencers Indígenas e Influencers Seguidos.***

La mitad de los encuestados menciona que en efecto sigue a un influencer indígena, dentro de este mismo ámbito la otra mitad menciona que no sigue a ninguno.

Según los autores Curiel & Luque mencionan que el marketing digital ha sabido como aprovechar los talentos de los influencers los cuales recomiendan marcas de ropa, tendencias de vestimenta, beneficiando a emprendimientos, usualmente estas figuras por su trabajo y colaboración reciben los productos de marcas patrocinadas (p.275)

Dentro del aspecto de los influencers predilectos se nota que el comediante y creador de contenido Azhukito lidera esta lista presentando un contenido de tipo cómico. En segundo lugar, contamos con la presencia de Meliza Yumisaca y Nancy las cuales presentan contenidos de videoblogging y contenido relacionado al conocimiento de tradiciones. A su vez tenemos a la influencer Soy Tania la cual posee una baja aceptación.

Finalmente, con menos acogida tenemos a Ruth Guaman, Leonardo Sefla, Nathaly Pillamunga así como también Elena Gualapuro y Eli Quispi. Se infiere que estos influencers generan contenidos diferentes a los temas de interés para este colectivo específico de edad.

### ***3.3.4. Contenidos Predilectos y Frecuencia de Uso de Redes.***

El porcentaje mayor de encuestados sienten atracción por contenidos relacionados a deportes variados, por otro lado se visualiza un porcentaje de vistas en cuanto a memes, también existe atención por contenidos de fotografía y cocina, otros estudiantes tienen interés por visualizar cosas de educación, un porcentaje reducido ve contenidos de maquillaje y moda, dentro de este aspecto se visualiza preferencias por contenidos de comedia, pero en reducidas cantidades, así como también sobre artistas musicales e identidad cultural.

El porcentaje más alto emplea entre 1 y 3 horas el consumo de las redes sociales, por otro lado, los estudiantes encuestados emplean menos de una hora, reduciendo el porcentaje tenemos el uso de 3 a 5 horas diarias más 8 horas al día y de entre 5 a 7 horas diarias.

### ***3.3.5. Razón de uso de Redes Sociales y Quién Emplea en Casa las Redes Sociales.***

La gran mayoría de los estudiantes encuestados menciona que emplea redes sociales para seguir a influencers, otra parte prefiere visualizar videos, chatear con amistades también es un punto importante para emplear redes, por otro lado, el jugar es un motivo para emplear redes sociales, en un porcentaje reducido encontramos el conocer nuevas personas de todos los lugares del mundo y finalmente en proporción reducida encontramos el aprender de su cultura.

El porcentaje más alto de encuestados señaló que el mismo emplea en casa las redes sociales de forma frecuente por otro lado, los hermano/as entran dentro de este grupo se encuentran en segundo lugar. Finalmente, tenemos a mamá y papá en tercero y cuarto lugar, respectivamente, como consumidores de redes sociales dentro del hogar; siendo el porcentaje más pequeño está el grupo de tío/as y primo/as.

### ***3.3.6. Preferencias sobre Convertirte en Influencer, Promotor de tu Cultura e Impacto del Uso de las Redes Sociales en las Actividades Diarias.***

- Mas de la mitad de los encuestados en una proporción del 62% muestra una respuesta mayor en cuanto al hecho de querer convertirse en influencer, mientras que la restante proporción, muestra desinterés al ser creador de contenido, señalando que no ha pensado serlo ni desearía convertirse en un promotor cultural
- La mayor proporción de los estudiantes del plantel (61%) menciono que sienten que las redes sociales consumen tiempo en cuanto a realizar sus actividades diarias, los encuestados restantes siendo respondieron que en ningún momento han sentido que las redes sociales afectan sus actividades diarias.

### **3.4. Discusión.**

El empleo de las redes sociales por parte de los adolescentes Kichwa Kayambi ha marcado un antes y después en el ámbito comunicacional, ya que dentro de estos entornos nos encontramos con premisas tanto positivas tales como el entretenimiento, establecer nuevas amistades, aprender nuevas temáticas, etc. Pero paralelamente, a esto tenemos que tener en cuenta que los adolescentes Kichwa Kayambi se han alejado de forma paulatina de sus tradiciones milenarias, así como también de los elementos principales que destacan su cultura tales como la vestimenta tradiciones, fiestas, medicina ancestral y ceremonias.

Según el artículo Redes sociales e Identidad Cultural (2022) se señala que el uso de estas plataformas ha provocado que el comportamiento de los adolescentes se modifique dejando en el olvido sus orígenes. El adolescente actual fuera de presentar un desinterés total en cuanto a la lectura, es de carácter manipulable, esto quiere decir que son fáciles de influir ya que pasan horas excesivas frente al teléfono celular, revisando redes sociales y por ende siguiendo a influencers los cuales admiran así creen o no contenido edificante para sus vidas, ante esto el adolescente adopta conductas cambiando su forma de vestir y de actuar para beneficio propio o para conseguir aceptación dentro de su círculo social.

Usualmente estos factores tienen que ver con migración y discriminación, el migrar implica adaptarse a nueva cultura y por ende encajar entre los parámetros de la sociedad como tal para de esta forma no ser discriminados, es por tal motivo que al mudarse a grandes ciudades se tiende a dejar atrás las tradiciones propias de la cultura cambiando vestimenta y habla, pero afortunadamente esto no se da en la mayoría de los casos ya que algunas personas de etnia indígena se sienten de sobremanera orgullosos de pertenecer a esta cultura y a pesar de que vivan en otras ciudades continúan con la promoción de la misma.

Respecto a esta problemática se puede visualizar el actuar del gestor cultural el cual constantemente está en búsqueda de soluciones e iniciativas para fomentar la cultura entre los adolescentes y una de ellas ha sido la creación de programas donde influencers de origen indígena fomenten estas actividades creando contenido educativo el cual fomente el despertar por la cultura e interés en ella.

Dentro de este mismo aspecto se tienen presentes a los entonos educativos y familiares los cuales dependiendo de que tan vinculados se encuentren con la cultura y tradiciones propias continúan fomentando este tipo de valores a sus hijos, pero si nos referimos a contextos actuales es frecuente de que las familias no lo hagan al igual que las instituciones educativas las cuales a través de sus libros de texto fomentan la migración hacia otros países, ya que instauran dentro de la mente del adolescente que viven en un cinturón de pobreza a pesar de tener recursos sustentables como lo son las tierras fértiles y producción animal.

Para que la cultura se mantenga se debe constituir recursos prácticos tales como el de fomentar la ayuda del gobierno para encaminar programas en unidades educativas sobre el uso responsable de las redes sociales en los adolescentes, una enseñanza a profundidad sobre el cómo manejar las redes, que contenidos visualizar y como emplearlas de forma profesional, esto inconscientemente es un generador de empleo para los adolescentes ya que alguno de ellos puede llegar a convertirse en un creador de contenido a futuro. A su vez dentro de este aspecto debemos darnos cuenta de que al momento de ser influencers debemos variar nuestro contenido, mostrar cosas distintas y entretenidas para los adolescentes, ya que los mismos contenidos se pueden tornar repetitivos, y causar cansancio produciendo perdida de la audiencia potencial.

La observación trajo consigo ciertos análisis los cuales nos abrieron puertas de conocimiento uno de ellos fue las diferencias de contenido que presentan los diferentes influencers según su edad; entre más joven se presentaba un tipo de comedia burlona hacia la cultura mostrando machismos y vocabulario soez un aspecto que da mala imagen al indígena y a su cultura como tal; ya que si una persona externa observa este contenido pensara mal de forma que dará un punto de vista generalizando donde asevere que todas las personas de esa cultura se comportan de cierta manera. El creador de contenido debe cuidar con dedicación su imagen, ya que por el simple hecho de hacer un contenido de comedia se expone a malos comentarios y a ser censurado por parte de miembros de su propia cultura.

Sin duda alguna, la mejor forma para poner un alto a esta situación es, por un lado, considerar la creación de espacios en redes sociales donde el principal objetivo de los mismos sea el de mostrar contenido de calidad en cuanto a la cultura; por otro, proponer la

participación del adolescente el diseño de estos proyectos, los cuales están encaminados a que los adolescentes conozcan sobre su cultura; y finalmente, considerar estas propuestas de forma permanente, no solo para la promoción de las fiestas las tradiciones, sino también para la difusión y transmisión de los valores y la memoria colectiva, evitando que la cultura autóctona se estanque y quede inerte.

Como lo explicaba Cisneros (2023), gestor cultural entrevistado, "Muchas comunidades del cantón están envejeciendo de forma acelerada, ya que las nuevas generaciones no tienen ningún tipo de interés en familiarizarse, a fondo, con la cultura".

Al momento de que los adolescentes Kichwa Kayambi omiten su cultura y tradiciones, esto da pie a la creación de desarraigo y falta de identidad cultural, es de importancia recalcar que los adolescentes se encuentran dentro de un grupo de edad influenciable en donde la pertenencia hacia un círculo social es algo sumamente importante.

Dentro del ámbito de las encuestas se llegó a un análisis positivo y es que los adolescentes sin importar en el lugar o zona rural donde vivan conocen sobre las nuevas tecnologías y manejo de estas siendo un aspecto importante ya que pueden acceder al contenido que ellos consideran importante dentro de su vida y para su aprendizaje cotidiano, eso depende mucho sobre el contenido que vean a su criterio. Pero también se muestra una gran aculturación de su parte ya que al estar en constante vinculación con estas tecnologías ya que son muy pocos los que dialogan en su idioma autóctono.

#### 4. Conclusiones

Dentro de la presente investigación se extrajeron las siguientes conclusiones:

**Se presentaron entrevistas a los gestores culturales** de la zona de Cayambe; los cuales comentaron diversos factores en consideración a que los adolescentes estén dejando de lado sus raíces culturales. Para ello habiéndose determinado que tanto la familia, la cual por miedo a la discriminación que ellos posiblemente vivieron a lo largo de sus vidas dejan de fomentar a sus hijos el idioma propio, así como también la vestimenta autóctona e inclusive hasta cambiando los de etnia para aparentar algo que ellos realmente no son, esto se da generalmente para protegerlos y que ellos no sufran como ellos. Por otro lado, dentro de las instituciones educativas se determinó que dentro de estos espacios la cultura es relegada a segundo plano, ya que dentro de la malla curricular los libros de texto hablan sobre temáticas occidentalizadas, pero cabe recalcar un aspecto positivo y es el de los profesores que fomentan los idiomas tradicionales dentro un ambiente bilingüe.

Propuesta de Manejo. Se llegó a la conclusión de qué para fomentar la cultura se deben emplear las conocidas redes sociales. Estas herramientas bien manejadas y encaminadas nos ayudarán a tener el éxito esperado. Dentro de este ámbito, se llegó a la conclusión de que hay que elegir creadores de contenido o influencers que sean adolescentes para que presenten contenidos breves y creativos que despierte el interés de este colectivo. Esta propuesta se deriva del interés de las personas en ver videos cortos, preferiblemente, utilizando el género de la comedia.

**Respecto al análisis de los creadores de contenido indígenas** se encontró que existe una gran variedad y también repetición de contenidos; ya que la gran mayoría presenta videoblogs de sus vidas cotidianas, así como también relatos de anécdotas y experiencias. De igual forma, se encontró que uno de los influencers analizados presentaba un contenido grosero, que daña la imagen y la reputación de la comunidad a la cual pertenece, haciéndolo ver como un contenido improductivo. En contraposición, se encontraron contenidos de carácter positivo, reconocedor, manteniendo una línea de respeto y amor a sus comunidades. Estos contenidos están referidos a temas tales como: las tradiciones autóctonas, así como también tutoriales de cocina típica, breves relatos de la vida del influencer presentados con tintes de comedia.

**Sobre el aspecto de las encuestas**, se concluye que la mayoría de los estudiantes del plantel educativo cuentan con teléfonos inteligentes, así como también gozan de conexión a redes red wi-fi. También se observó que siguen a influencers de origen indígena lo cual podría sorprender, toda que, normalmente, se piensa que seguirían contenido occidentalizado. En conclusión, en las presentes encuestas se obtuvieron resultados positivos. No obstante, preocupa el tiempo dedicado a las redes, toda vez que el 61% de los encuestados menciono que sienten que las redes sociales consumen tiempo en cuanto a realizar sus actividades diarias. Como propuesta de manejo, este resultado plantea la necesidad de instruirlos sobre el uso mesurado de estos medios.

**Dentro del ambiente del aula** de clases se puede notar de que los estudiantes casi no conversaban en su idioma autóctono, a excepción del octavo grado, donde se encontró que una profesora les conversaba a sus alumnos en este idioma. Estos hechos permiten concluir que el idioma quichua está desapareciendo de forma paulatina de las instituciones educativas. Lo cierto es que, pese a que estas instituciones señalan ser bilingües, lamentablemente, no apoyan ni fomentan mucho estos idiomas tradicionales.

**Respecto al rol de estado**, se observa un fomento limitado de proyectos tanto de creación como de difusión de contenidos y materiales en los que participen adolescentes pertenecientes a culturas indígenas. Como propuesta de manejo, se requiere la promoción de esta clase de proyectos que refuercen la identidad cultural en este colectivo, toda vez que la transmisión de la identidad cultural constituye el legado que les dejemos a nuestros hijos y a las generaciones futuras.

Finalmente, teniendo en cuenta el estado del arte se pudo llegar a la conclusión de que los **adolescentes de la cultura Kichwa Kayambi** se encuentran en constante aculturación y esto se debe al manejo e importancia que los mismos otorgan a las redes sociales a lo largo de los años. Es por tal motivo que ellos deciden dejar de lado su propia identidad cultural y optan por complementar esa carencia, siguiendo patrones de conducta de sus influencers, así como también tendencias de moda, las cuales opacan a sus propias tradiciones, limitando la capacidad de estas tradiciones de perdurar a lo largo de los años.



## 5. Recomendaciones

Para investigaciones futuras recomiendo que se realice un proyecto en el cual participen las instituciones educativas de las zonas rurales de Cayambe, esta iniciativa contara el con temáticas donde se impartan clases de creación y manejo responsable de redes sociales, las cuales serán impartidas por influencers y expertos tecnológicos, para de esta manera para fomentar la creación de contenido por parte de los estudiantes que voluntariamente quieran ser influencers culturales.

La creación de espacios donde cada año en las fiestas de Cayambe, se exponga la cultura de las comunidades, para que las mismas sea conocidas tanto por personas del cantón como externas al mismo, esto servirá para fomentar la cultura de una manera entretenida cómo lo es por medio de una feria.

Dentro de este mismo aspecto recomiendo que las alcaldías de cada comunidad del cantón Cayambe que impartan charlas sobre el amor hacia las raíces, las cuales contarán con la participación de expertos culturales también de adolescentes indígenas los cuales han se han titulado como profesionales y trabajan dentro del ámbito de la creación del contenido, para que los mismos impartan reflexiones que apelen al amor y orgullo de la cultura

Que los padres de familia de los adolescentes indígenas tengan charlas las cuales serán dictadas por gestores culturales y miembros de directivas indígenas, los cuales impartirán temáticas para fomentar la cultura en casa a la vez de un manejo y vigilancia moderada hacia los adolescentes en cuanto al uso de redes sociales y contenidos que los mismos visualizan.

Para promover un amor hacia la cultura desde los hogares de una forma natural es el fomentar las conversaciones familiares en lengua quechua, así como también la celebración de fiestas propias de la parroquia, pero antes de celebrarlas conocer su historia para de esta forma respetarlas y verlas como algo único e inviolable de cada parroquia.

## 6. Referencias Bibliográficas

- Giménez.G. (2011,septiembre).Comunicación, cultura e identidad. Reflexiones epistemológicas. Cultura y representaciones sociales. [Comunicación, cultura e identidad: Reflexiones epistemológicas \(scielo.org.mx\)](#)
- Ramirez. B. (2017,abril 17). La importancia del desarrollo cultural. [Blog 17 de abril%2c La importancia del desarrollo cultural.pdf \(cuc.ac.cr\)](#)
- Zambrano.W().La lengua: espejo de la identidad. Informe Internacional. [0sumario-editorial.indd \(salonesvirtuales.com\)](#)
- Camarena-Adame,M.E., & Tunal,G. (2009). LA RELIGIÓN COMO UNA DIMENSIÓN DE LA CULTURA (THE RELIGION LIKE A CULTURAL DIMENSION).Revista Nómadas, pp 1-15.[Redalyc.LA RELIGIÓN COMO UNA DIMENSIÓN DE LA CULTURA](#)
- Parodi-Torres,C., & Bollis,M. (2007).Evolución del concepto etnia/raza y su impacto en la formulación de políticas para la equidad.Revista Panam Salud Publica/Pan Am J Public Health, .[07--TEMA--Torres--405-416 \(scielosp.org\)](#)
- Cañavate.D. (2012). Raza y etnia, sexo y género: El significado de la diferencia y el poder. UNAB. [revista 27ok \(unab.edu.co\)](#)
- Hütt.H. (2012). LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN SOCIAL NETWORKS: A NEW DIFFUSION TOOL. Revista Reflexiones. [Redalyc.LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN](#)
- Roca.C.(2023). Descubre los distintos tipos de redes sociales y para qué sirven. The Power Business School.[Descubre los distintos tipos de redes sociales y para qué sirven \(thepowermba.com\)](#)
- Espinosa.A.(2023).Análisis de las Redes sociales más utilizadas por los niños y jóvenes.Polo del Conocimiento.[Open Journal Systems \(polodelconocimiento.com\)](#)

- Ramos.J.(2015). Instagram para empresas. Google Libros.[Instagram para empresas - Juanjo Ramos - Google Libros](#)
- Martínez.V. (2020,febrero 15). Quechua Memes.Activismo Lenguas. [Quechua Memes : Activismo Digital de Lenguas Indígenas \(globalvoices.org\)](#)
- Flores, M.G. (2018). La Chakana y los saberes ancestrales del Pueblo Kayambi [Tesis de Grado ,Universidad Central del Ecuador].[T-UCE-0010-FIL-140.pdf](#)
- Medina,K. (2022, Septiembre 6 ). Estadísticas de la situación Digital en Ecuador 2021-2022. Branch.[Estadísticas de la situación Digital en Ecuador 2021-2022 - Branch Agencia](#)
- Go Raymi. ().Guarango en Cayambe. Go Raymi. [Guarango en Cayambe \(goraymi.com\)](#)
- El Telégrafo. (2016,Abril 16). La tripa mishqui adquiere su sabor en diferentes parrillas. [El Telégrafo - La tripa mishqui adquiere su sabor en diferentes parrillas \(eltelegrafo.com.ec\)](#)
- Go Raymi. Cuy Asado con papas.[Cuy Asado con Papas \(goraymi.com\)](#)
- Cresci,A.(2019,Diciembre 10). El Cuy historia y origen. Veterinaria Digital. [El Cuy Peruano - Historia y desarrollo de las razas actuales. \(veterinariadigital.com\)](#)
- Becker,M. & Tutillo.S. (2009). Historia agraria y social de Cayambe. Editorial Abya Ayala. [Layout 1 \(flacsoandes.edu.ec\)](#)
- Valenzuela,R. (2013,Abril 1). LAS REDES SOCIALES Y SU APLICACIÓN EN LA EDUCACIÓN. Revista Digital Universitaria.[art36\\_2013.pdf \(unam.mx\)](#)
- Cachipundo,E. (2018).RESCATE DE LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA CULTURA KAYAMBI [Tesis Doctoral, Universidad Nacional de Educación].[PLAN DE UNIDAD DIDÁCTICA \(unae.edu.ec\)](#)
- Rivera, D. & Ordoñez,L. (2020). YouTube en Ecuador: diagnóstico y expectativas. En YouTube y la comunicación del siglo XXI (pp. 81-93). <https://doi.org/10.16921/ciespal.14.7>

- Reguillo,R.(2012). Navegaciones errantes. De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a Youtube y viceversa. Revista Comunicación y Sociedad.18,135- 171 [n18a7.pdf \(scielo.org.mx\)](#)
- Duart, J.(2009). Internet, redes sociales y educación. Revista de Universidad Sociedad y Conocimiento. 6(1), 1-2.[editorial.pdf \(uoc.edu\)](#)
- Luceño-Moreno,L., Gruia,A., Brabete,A., & Garcia,J. (2020). Influencia del proceso de aculturación en la percepción de riesgos psicosociales en el trabajo. Revista Elsevier, 23(2-3), 73-82. [10.1016/j.anyes.2020.02.002](#)
- Primicias (2023). Nueve ecuatorianos, entre los influencers indígenas más populares. Revista Primicias. [Nueve ecuatorianos, entre los influencers indígenas más populares \(primicias.ec\)](#)
- Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar (2023). Uso de las redes sociales y su influencia en el desarrollo educativo. [Vista de Uso de las redes sociales y su influencia en el desarrollo educativo \(ciencialatina.org\)](#)

## Certificación Antiplagio

Pontificia Universidad  
Católica del Ecuador  
SEDE IBARRA



Ibarra, 17 de agosto de 2023

Dirigido a:  
Mtr. Daniel Díaz  
**Director de la Escuela de Ciencias Sociales y Humanas**

De:  
Ximena Coronado  
**Docente de Integración Curricular**

Asunto: Resultado de Turnitin

Tema: "La aculturación medida por la influencia de las redes sociales en la población adolescente de la cultura Kichwa Kayambi"

Autor: Angela Gerenas

Una vez pasado y revisado el trabajo de Titulación por el programa Turnitin, dio como resultado una puntuación signficante del 9% de coincidencia. Por lo que el trabajo se consolida de acuerdo a los márgenes establecidos por la institución.

Angela Gerenas | Tesis-AngelaGerenas

Pontificia Universidad Católica del Ecuador  
Sede Ibarra.  
**ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS**  
INFORME FINAL DEL PROYECTO

TEMA:  
"LA ACULTURACIÓN MEDIDA POR LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA POBLACIÓN ADOLESCENTE DE LA CULTURA KICHWA KAYAMBI"

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA DE COMUNICACIÓN

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:  
Educación y comunicación

AUTORA: ANGELA PATRICIA GERENAS ESCOBAR

**Resumen de coincidencias**

**3 %**

1	dip.ace.pucesi.edu.ec	1 %
2	d1wq7ts1x2e7.cloudfr...	1 %
3	Entregado a Pontificia ...	<1 %
4	nomadas.ucentral.edu...	<1 %
5	vimeo.com	<1 %
6	www.bibliotecadigital.u...	<1 %
7	documentop.com	<1 %

Sin otro particular que hacer referencia.

Atentamente,

Ximena Coronado Otavalo  
**Docente de Integración Curricular**

Av. Jorge Guzmán | Rueda y Av. Aurelio  
Espinosa Pólit, Cda "La Victoria"  
Código: 100112  
Telf.: (+593) 06 2615 500 / 2615 453



## **Anexos**

### **Anexo I. Encuesta a Estudiantes**

**1. ¿Cuál red social es su favorita?**

*Puede elegir hasta dos opciones*

- a) Instagram b) Facebook c) Tik Tok d) Youtube

**2. ¿En qué redes sociales tienes una cuenta activa?**

*Puede elegir hasta dos opciones*

- a) Instagram b) Facebook c) Tik Tok d) Youtube

**3. A través de que dispositivos nos conectamos en nuestras redes sociales.**

- a) Teléfono inteligente b) Tablets c) Computador portátil d) Ciber e) Infocentros

**4. ¿Qué les permite la conexión a internet?**

- a) Wi-Fi b) Internet o datos móviles c) Redes de Wi-Fi público

**5. ¿Sigues a algún influencer indígena?**

- a) Si b) No

**6. ¿A cuáles de los siguientes influencers kichwas sigues?**

*Puedes elegir más de dos opciones*

- a) Meliza Yumisaca b) Elena Gualapuro c) Nataly Pillamunga d) Nancy Risol e) Ashukito  
f) Ely Quishpi g) Ruth Guaman h) Soy Tania i) Leonardo Sefla

**7. ¿Cuáles son los contenidos que te gusta ver en redes sociales?**

- a) Fotografía b) Comedia c) Maquillaje y moda d) Memes e) Recetas de cocina  
f) Deportes g) Artistas musicales h) Identidad cultural i) Educación j) Viajes  
k) Tutoriales l) Videojuegos m) Películas y series n) Noticias

**8. ¿Con qué frecuencia utilizas tus redes sociales?**

- a) Entre 1 y 3 horas b) 3 a 5 horas al día c) Entre 5 y 7 horas al día

d) Más de 8 horas al día e) Menos de una hora

**9. ¿Cuál es la principal razón del porqué usas redes sociales?**

*Elegir más de uno*

a) Seguir influencers b) Ver videos c) Chatear con amigos d) Conocer nuevas personas

e) Aprender sobre tu cultura f) Jugar

**10. Dentro de tu hogar quien emplea más las redes sociales**

*Elegir más de uno*

a) Mamá b) Papá c) Hermano/as d) Tio/as e) Primo/as f) Tú mismo

**11. ¿Has pensado alguna vez en convertirte en creador de contenido (producir videos y compartirlos en redes sociales)?**

a) Si b) No

**12. ¿Has pensado alguna vez en convertirte en influencer?**

a) Si b) No

**13. Si la respuesta fue positiva.**

**¿Te gustaría ser influencer para que se conozca más tu cultura?**

a) Si b) No

**14. ¿Consideras que el tiempo que pasas dentro de redes sociales afecta tus actividades diarias?**

a) Si b) No

## Anexo II. Entrevista a Gestores Culturales

1. ¿Cuáles son los principales motivos que provocan que los adolescentes hagan de lado sus raíces culturales?
2. ¿Qué opina usted sobre el impacto de las redes sociales en cuanto a la preservación de la identidad cultural de los adolescentes?
3. ¿Considera usted que las redes sociales bien utilizadas pueden contribuir en cuanto a la promoción de la diversidad cultural?
4. ¿Cuál cree usted que es el papel de los gestores culturales en el uso de las redes sociales para preservar y promover a la identidad cultural?
  5. ¿Ha observado algún cambio en cuanto a los adolescentes se relacionan con su propia identidad debido al uso de las redes sociales?
6. ¿Considera usted que las redes sociales pueden desempeñar un papel positivo en cuanto a preservar la identidad cultural? ¿Por qué?
7. ¿Qué herramientas se utilizan para fomentar la cultura en los adolescentes?
8. ¿Cómo se puede equilibrar el uso de las redes sociales para promover la cultura si necesidad de caer en superficialidad?
9. ¿Cuáles son los principales desafíos a los que se enfrentan los gestores culturales al emplear redes sociales como un medio de difusión cultural?
10. ¿Qué consejos se brindaría a los adolescentes de comunidades o grupos culturales para emplear las redes sociales de manera efectiva y autentica en la preservación de su identidad cultural?

### **Anexo III. Guía de Observación**

1. Identificación y Caracterización General
  - 1.1. Nombre y Apellidos
  - 1.2. Género
  - 1.3. Etnia
  - 1.4. Ocupación
  - 1.2. Procedencia geográfica
  - 1.3. Lugar donde desarrolla actividad
  - 1.4. Ámbito familiar
  - 1.5. Inicio de la Actividad en redes sociales
  - 1.6. Cantidad de Suscriptores
  - 1.7. Canal Utilizado
  - 1.8. Clase de Contenidos
  - 1.9. Ámbito de los contenidos (nacional, internacional)
2. Caracterización del Video de Mayor Aceptación
  - 2.1 Titulo
  - 2.2 Cantidad de “me gusta”
  - 2.3 Cantidad de Visitas
  - 2.4 Contenidos tratados
  - 2.5 Presencia de Vestimenta tradicional de la Etnia a la que pertenece
  - 2.6 Escenario, entorno, ámbito dentro del cual se desarrolla (cual)
  - 2.7 Cercanía al ámbito / arquitectura tradicional de la etnia (si / no)
  - 2.8 Utilería / complementos / utensilios / instrumentos... utilizados (cual)
  - 2.9 Cercanía al ámbito tradicional de la etnia (si / no)

- 2.10 Clase de lenguaje empleado (tradicional y/o moderno)
- 2.11 Marcas empleadas (autóctonas y/u occidentales)
- 2.12 Actitud frente a sus orígenes y tradiciones
- 2.13 Respeto frente a las tradiciones de su etnia o de otras etnias
- 2.14 Fidelidad a los contenidos y formas de las tradiciones autóctonas.
- 2.15 Promoción de la concepción, valores y tradiciones autóctonas (identidad Cultural)
- 2.16 Clase de lenguaje que emplea (respetuoso o soez)
- 2.17 Creatividad en la presentación de contenidos

## Anexo IV. Fotografías

### *Figura Anexo IV 1*

*Instalaciones de la Unidad Educativa Dolores*



*Nota.* Reconocimiento Institucional. Fuente: Gerenas (2023)

### *Figura Anexo IV 2*

*Alumnos del plantel educativo completando la encuesta*



*Nota.* Reconocimiento a los Alumnos participantes. Fuente: Gerenas (2023)

***Figura Anexo IV 3***

*Licenciado en música y gestor cultural Cayambeño*



*Nota.* Reconocimiento a los Gestores participantes. Fuente: Gerenas (2023)

***Figura Anexo IV 4***

*Silvia Ulcuango. Gestora cultural de Cangahua y creadora de proyectos relacionados a la cultura*



*Nota.* Reconocimiento a los Gestores participantes. Fuente: Gerenas (2023)

***Figura Anexo IV 5***

*Mauricio Cisneros. Director de IEDECA y gestor cultural*



*Nota.* Reconocimiento a los Gestores participantes. Fuente: Gerenas (2023)