



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE(UTN)

**FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
(FECYT)**

CARRERA: COMUNICACIÓN

**INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR**

**TEMA: DIFUSIÓN DE LA REPRESENTACIÓN
CULTURAL E IDENTIDAD ECUATORIANA EN
YOUTUBE: CASO DE ESTUDIO DE DAMIÁN “EL
CHAMP” EN EL PERIDO 2023.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de *Licenciado en Comunicación*

**Línea de investigación: Desarrollo social y de comportamiento
humano**

AUTOR(A):

Kevin Estefano Cevallos Andrade

DIRECTOR(A):

Manuel Alfredo Montúfar Flores

Ibarra, febrero 2025



IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO		
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1721512224	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Cevallos Andrade Kevin Estefano	
DIRECCIÓN:	Virgina Pérez 1-65 y Miguel Endara	
EMAIL:	kecevallosa@utn.edu.ec	
TELÉFONO FIJO:		TELF. MOVIL 0983159673

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	DIFUSIÓN DE LA REPRESENTACIÓN CULTURAL E IDENTIDAD ECUATORIANA EN YOUTUBE: CASO DE ESTUDIO DE DAMIÁN “EL CHAMP” EN EL PERIDO 2023.
AUTOR (ES):	Cevallos Andrade Kevin Estefano
FECHA: AAAA/MM/DD	3 de febrero 2025
SOLO PARA TRABAJOS DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> GRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciado en Comunicación
DIRECTOR:	Manuel Alfredo Montúfar Flores



CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 3 días, del mes de febrero de 2025

EL AUTOR:

(Firma).....
Nombre: Kevin Estefano Cevallos Andrade



FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA (FECYT)

CERTIFICACIÓN DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

Ibarra, 3 de febrero de 2025

Manuel Alfredo Montúfar Flores

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de titulación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología (FECYT) de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

Manuel Alfredo Montúfar Flores
C.C.: 0501921324



FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA (FECYT)

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios por darme la vida y permitirme cumplir mis metas. A Hipatia Andrade, enfermera por vocación y a mi familia y amigos por su apoyo incondicional.



AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a todas las personas que creyeron en mí, en este proceso de superación, esfuerzo, vocación y amor por esta carrera. Este trabajo no hubiera sido posible sin ese apoyo y soporte constante.

A mi madre, Hipatia Andrade, ejemplo de superación al nunca rendirse por la adversidad de la vida siendo hoy una mujer que superó el cáncer, en base al amor por sus hijos y el apoyo incondicional de su familia.

A mi padre, Fausto Cevallos, que con su orgullo por sus hijos cimentó la confianza y el cariño necesarios para triunfar en la vida.

A mis hermanos Marlon Cevallos y José Jaramillo Andrade, figuras de excelencia, apoyo y superación.

Agradezco infinitamente a mi director Manuel Montúfar, que en este tiempo brindó su guía forjando la excelencia académica, además de ser un ejemplo de exigencia constante se convirtió en un colega y amigo.

A Fabricio Rosero, que en este proceso académico me enseñó el valor del compromiso con la sociedad y el amor por servir a la ciudadanía.

A mis amigos y compañeros Aldo Cangás, Ingrid Huera, Erika Jácome, gracias por ayudarme a crecer como persona y compartir experiencias que hicieron del tiempo en las aulas una experiencia inolvidable.

A la Universidad Técnica del Norte por la oportunidad de pertenecer a su formación.

¡A Todos Gracias!



ÍNDICE DE CONTENIDOS

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA	ii
CONSTANCIAS	iii
CERTIFICACIÓN DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	4
1. La comunicación y sus formas.....	4
1.2 Teoría de la Aldea Global.....	5
1.2.1. El medio es el mensaje	6
1.3. Comunicación digital y redes sociales.....	7
1.4. Sociedad en la red y cultura participativa.....	7
1.5. YouTube y redes sociales como registro documental.....	9
1.6. Youtubers y cultubers	11
1.7. La representación cultural.....	11
1.8. Codificación y decodificación cultural.....	12
1.9. Teoría culturológica.....	14
1.10. Teoría de la alineación cultural	14
1.11. Identidad cultural latinoamericana	15
1.12. Identidad cultural ecuatoriana	17
1.13. Negociación de identidades.....	20
1.14. Construcción de identidades y estereotipos.....	20
1.15. Imaginarios sociales	21



1.16. Narrativa transmedia	22
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA O MATERIALES Y MÉTODOS.....	25
2.1. Enfoque investigativo	25
2.2 Tipos de investigación.....	26
2.3. Técnicas de investigación	27
2.4. Hipótesis de la investigación	28
2.5 Matriz de operacionalización de variables.	29
2.6. Participantes.....	30
2.7. Procedimiento y plan de análisis de datos	31
2.7.1. <i>Procedimiento general de la investigación</i>	31
2.7.2 <i>Plan de análisis de datos</i>	31
CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	33
3.1. Análisis de las entrevistas.....	33
3.1.2 <i>Análisis cualitativo de la entrevista con la comunicadora María Belén Zambrano</i>	33
3.1.3. <i>Análisis de la entrevista con el antropólogo José Echeverría</i>	35
3.2. Análisis cuantitativo de la matriz de análisis de contenidos	37
3.3. Análisis cualitativo de los resultados.....	50
3.4. Discusión	51
CAPÍTULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	59
Conclusiones	59
Recomendaciones	61
REFERENCIAS	62
ANEXOS	69
<i>Entrevista 1. Experto comunicación digital.</i>	69
<i>Entrevista 2. Experto en antropología.</i>	70
<i>Matriz de análisis de contenido</i>	72



ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Comunicación y sus formas</i>	4
<i>Tabla 2. Actores en la sociedad de la red y cultura participativa</i>	8
<i>Tabla 3. Codificación y decodificación cultural</i>	13
<i>Tabla 4. Pueblos y nacionalidades indígenas del Ecuador por región</i>	18
<i>Tabla 5. Medios en la narrativa transmedia</i>	22
<i>Tabla 6. Matriz operacionalización de variables</i>	29
<i>Tabla 7. Análisis de correlación simple de la entrevista 1</i>	33
<i>Tabla 8. Análisis de correlación simple de la entrevista 2</i>	35
<i>Tabla 9. Feedback en Facebook</i>	48
<i>Tabla 10. Feedback en YouTube</i>	49
<i>Tabla 11. Tabla de análisis cualitativo de los resultados</i>	50
<i>Tabla 12. Evaluación de hipótesis</i>	55



ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Promedio de visitas de redes sociales.....</i>	<i>10</i>
<i>Figura 2. Población por grupos etarios</i>	<i>18</i>
<i>Figura 3. Actividades presentes en redes sociales</i>	<i>23</i>
<i>Figura 4. Enfoques de investigación.....</i>	<i>25</i>
<i>Figura 5. María Belén Zambrano.....</i>	<i>30</i>
<i>Figura 6. José Echeverría.....</i>	<i>30</i>
<i>Figura 7. Formato de imágenes.....</i>	<i>49</i>
<i>Figura 8. Interacción en comentarios.....</i>	<i>49</i>



ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1. Audiencia total (Público)</i>	38
<i>Gráfico 2. Publicación de contenidos</i>	39
<i>Gráfico 3. País de origen de los videos</i>	40
<i>Gráfico 4. Frecuencia de videos por región</i>	41
<i>Gráfico 5. Frecuencia de videos por provincia</i>	42
<i>Gráfico 6. Zona geográfica</i>	43
<i>Gráfico 7. Tipo de contenidos</i>	44
<i>Gráfico 8. Formato audiovisual</i>	45
<i>Gráfico 9. Implementación de lenguaje multicultural y plurinacional</i>	46
<i>Gráfico 10. Simbología ecuatoriana</i>	47



ÍNDICE DE ANEXOS

<i>Anexos 1. Entrevista 1. Experto en comunicación digital</i>	<i>69</i>
<i>Anexos 2. Entrevista 2. Experto en antropología ecuatoriana.....</i>	<i>70</i>
<i>Anexos 3. Matroz de análisis de contenido.....</i>	<i>72</i>



RESUMEN

La investigación análisis de la difusión de la representación cultural e identidad ecuatoriana se la realizó en base al trabajo del youtuber ecuatoriano Damián Bernal conocido también como “El Champ”. Los objetivos específicos incluyeron analizar la representación cultural ecuatoriana y si esta es retratada positivamente, determinar los formatos más utilizados por el youtuber así como narrativas que incluyen el tipo de contenido difundido para clasificarlo, y finalmente analizar el feedback manifestado por los usuarios de su comunidad para determinar si la identidad ecuatoriana es difundida acorde a aspectos culturales ecuatorianos. La metodología fue mixta, combina aspectos cualitativos por parte de los entrevistados mismos que fueron correlacionados en base a los datos cuantitativos presentes en una matriz de análisis de contenido. Los resultados arrojaron una serie de fenómenos comunicacionales presentes en la sociedad de la red ecuatoriana, así como aspectos geográficos y formatos diversos que se utilizaron mediante una narrativa transmedia. Se determinó que los videos largos son entretenidos y muestran una clara tendencia a educar a sus audiencias, Además las colaboraciones realizadas con otros youtubers potencian su comunidad. La investigación se basó en la comprobación de cuatro hipótesis que subrayan la importancia de estos contenidos para la preservación de la cultura ecuatoriana. Estos hallazgos proporcionan una guía para triunfar en redes sociales de una manera técnica y especializada que brinda un aporte significativo a la sociedad.

Palabras clave: Cultura, identidad, narrativas transmedia, contenido digital.



ABSTRACT

The research analyzing the diffusion of Ecuadorian cultural representation and identity was conducted based on the work of Ecuadorian YouTuber Damián Bernal, also known as "El Champ." The specific objectives included analyzing Ecuadorian cultural representation and whether it is portrayed positively, identifying the most utilized formats by the YouTuber and the narratives included in the type of disseminated content to classify it, and finally, analyzing the feedback expressed by the users in his community to determine whether Ecuadorian identity is being shared in alignment with Ecuadorian cultural aspects. The methodology was mixed, combining qualitative aspects from the interviewees, which were correlated with quantitative data presented in a content analysis matrix.

The results revealed a series of communication phenomena present in Ecuador's digital society, as well as geographic aspects and diverse formats employed through a transmedia narrative. It was determined that long videos are entertaining and show a clear tendency to educate audiences. Additionally, collaborations with other YouTubers strengthen his community. The research was based on testing four hypotheses that highlight the importance of this content for the preservation of Ecuadorian culture. These findings provide a guide for succeeding on social media in a technical and specialized manner, offering a significant contribution to society.

Keywords: Culture, identity, transmedia narratives, digital content.



INTRODUCCIÓN

La sociedad ecuatoriana se ve inmersa en un constante proceso globalizador, en el que el papel comunicativo de las personas, su identidad y la preservación de costumbres y tradiciones locales mediante la divulgación audiovisual, han sido protagónicas en la convergencia mediática digital.

YouTube se ha convertido rápidamente en una gran base documental de la cultura mundial, esto al presentar un ecosistema digital óptimo para el intercambio de información, creación de contenidos y colaboración entre culturas. Además, Trasciende la mera transmisión de información; al generar sentido de pertenencia, moldear identidades y, crucialmente, contar historias (Schechner, 2012).

La plataforma global que genera más tráfico en los internautas es YouTube, según (Mentinno, 2024). Esta plataforma obtuvo 22.913.442 visitas en Ecuador, superado solo por Wikipedia. Esto evidencia cómo los usuarios consideran a esta plataforma de estudio como una herramienta para el aprendizaje y la divulgación antropológica, lo que crea un entorno propicio para la difusión de la cultura y los recursos antropológicos ecuatorianos. Este fenómeno contribuye al crecimiento económico al fomentar el turismo y aumentar la demanda de productos y servicios locales que ofrecen auténticas experiencias ecuatorianas. En diciembre del 2023, hubo 18.7 millones de dispositivos conectados a Google y YouTube, lo que representa un incremento del 14.95% a estos accesos respecto al estudio anterior.

Dentro este proceso globalizado existe un youtuber ecuatoriano que ha sobresalido por divulgar contenido antropológico de diferentes culturas, se trata de Damián Bernal, también conocido como "El Champ", quien rápidamente ha crecido en la plataforma por la implementación de signos y símbolos audiovisuales, vistos en su trabajo documental, esto evidencia la potente intersección entre la cultura y la plataforma de YouTube. Con más de 420 mil seguidores, "El Champ", ha forjado su identidad y contenido en torno a elementos refuerzan su narrativa audiovisual. Con el poncho de lana y la máscara de diablo Huma, símbolos arraigados en la rica herencia cultural ecuatoriana. (Montalvo, 2019). Nuestro objeto de estudio es uno de los youtubers con más seguidores en Ecuador, su contenido se destaca por ser variado, estando presente en ámbitos culturales, deportivos, turísticos y educativos con su gran personalidad y originalidad como gran característica, esto ha traído la evaluación de su contenido, y su aporte hacia la sociedad digital en aspectos como la multiculturalidad y plurinacionalidad de su país natal, destacando pueblos y tradiciones que están al borde de la extinción.

Por lo tanto, la presente investigación busca determinar el tipo de narrativa audiovisual que maneja el youtuber ecuatoriano y si esta es verdaderamente efectiva en el proceso de difusión de contenido documental antropológico de las culturas ecuatorianas, así como el porcentaje



de contenidos generados durante el año 2023 que retratan diversas realidades ecuatorianas.

En este contexto no se ha explorado ni el 10% de los rincones marginados del Ecuador, la falta de propuestas audiovisuales que muestren y registren, su contexto histórico, hace estas sean inexistentes hacia el resto del mundo, llevándolas al riesgo de desaparecer o ser absorbidas por otras culturas por el fenómeno digital globalizado. Es importante destacar que la representación inexacta de Ecuador en YouTube tiene consecuencias en la percepción que el público internacional tiene sobre el país. Cuando los medios internacionales perpetúan estereotipos o se centran en los aspectos negativos, como la delincuencia, esto puede dañar la imagen de Ecuador y dificultar la promoción de su identidad auténtica y diversa.

Además, el gobierno ecuatoriano y las organizaciones dedicadas a la promoción de la cultura y el turismo pueden desempeñar un papel crucial al brindar recursos y apoyo a los creadores de contenido ecuatorianos para que produzcan contenido de alta calidad que refleje la diversidad cultural del país.

En cuanto a la creciente ola delictiva en Ecuador, es fundamental que se aborde adecuadamente a nivel nacional. La delincuencia puede afectar la percepción del país en medios internacionales y en plataformas como YouTube. Para combatir esta problemática, el gobierno ecuatoriano debe implementar políticas de seguridad efectivas que reduzcan la delincuencia y mejoren la seguridad ciudadana.

Además, la creación de contenido informativo en YouTube que se enfoque en los esfuerzos y avances del país en materia de seguridad puede ayudar a contrarrestar los estereotipos negativos. Los creadores de contenido pueden colaborar con expertos en seguridad y autoridades para producir videos que muestren cómo Ecuador está abordando los desafíos de la delincuencia y mejorando la seguridad.

La teoría de McLuhan sobre la ecología de los medios adquiere relevancia al examinar cómo la presencia de "El Champ" en YouTube influye en la percepción y comprensión de la cultura ecuatoriana. La plataforma no solo ofrece entretenimiento pasivo, sino que también moldea activamente la forma en que se percibe y se relaciona con la cultura convirtiéndose en un medio de educación informal para espectadores de diversas procedencias.

El estudio de las representaciones visuales y sonoras nos permite explorar un ámbito en el que las imágenes no solo reemplazan la realidad, sino que también ofrecen una interpretación de esta (Casetti y Di Chio, 1991), plantea la representación como la alusión a elementos que sustituyen lo ausente, donde la imagen se convierte en la manifestación de una realidad registrada pero no presente. En este sentido, la identificación de símbolos como el poncho de lana y la máscara de diablo Humo en los videos de "El Champ" adquiere un significado particular al representar la conexión con la cultura y la identidad ecuatorianas.

La plataforma de YouTube se ha erigido como una herramienta poderosa en el ámbito



educativo (Bardakç1, 2019; Monterrosa & Buelvas, 2020; Pérez-Escoda & García-Ruiz, 2020). En una sociedad tecnológica, se diferencian los nativos digitales, aquellos que han crecido inmersos en la red, de los inmigrantes digitales, quienes han tenido que adaptarse a esta sociedad tecnificada (Prensky, como citado en García et al., 2007). Este contexto es fundamental para comprender la penetración de plataformas como YouTube en la vida diaria y el impacto que tienen en la construcción de identidades culturales.

El surgimiento de la Web 2.0 en 2004 marcó un hito en la historia de Internet (Ribes, como citado en Esteve, 2009). Esta nueva era enfatiza la creación colectiva de contenidos y la colaboración entre usuarios, aspectos presentes en la plataforma de YouTube, donde la audiencia participa activamente compartiendo, comentando y dando forma al contenido. Este enfoque colectivo ha permitido que figuras como "El champ" trasciendan las barreras físicas y culturales, conectando con personas de diversas procedencias.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1. La comunicación y sus formas.

La comunicación es una actividad fundamental del ser humano, que ha estado presente desde los primeros momentos de la civilización. Como las primeras manifestaciones escritas, jeroglíficos egipcios y la escritura cuneiforme de Mesopotamia, hasta la comunicación oral en sociedades más avanzadas que utilizaban la oralidad como método de persuasión en Grecia, las personas han desarrollado diversas maneras de compartir ideas, sentimientos y conocimiento. A medida que las diferentes sociedades han progresado científica y tecnológicamente, también lo han hecho los métodos y formas de la comunicación, pasando de la imprenta y el telégrafo hacia los entornos digitales actuales (María, 2023).

Bajo este contexto evolutivo, la comunicación ha tenido varias definiciones desde que ha sido estudiada por las universidades por más de cien años, es así como para Aramendia (2020) la comunicación es el proceso para generar un significado mediante el envío y la recepción símbolos y signos no verbales influidos por varios contextos. Por otro lado, la comunicación académica se describe por Amayuela (2017), como un proceso de intercambio de significados mediante el uso de símbolos y signos, que pueden ser verbales, no verbales o escritos. Este proceso no se limita únicamente a la transmisión de información de profesor a alumno, sino que también incluye la comprensión e interpretación de una tendencia democratizadora que permite un desarrollo de la personalidad de los educandos.

De esta manera queda por sentado que el estudio de la comunicación es múltiple y variado pues, se ha dividido según el enfoque técnico de su área específica, siendo, la Comunicación Organizacional, la Comunicación Social, Educomunicación, Comunicación Digital, ejes principales para el desarrollo de la sociedad y aporte humano para cada ecosistema civilizado.

Tabla 1.

Comunicación y sus formas

Comunicación y sus formas	
Comunicación Organizacional (CO)	La comunicación es un fenómeno que se da en toda organización siendo el proceso social más importante. La comunicación organizacional engloba un conjunto de técnicas y acciones orientadas a mejorar y clarificar el flujo de mensajes, opiniones y comportamientos tanto de los públicos internos como externos de la organización.

Comunicación Social

La comunicación Social es aquella que difunde aspectos verídicos, temporales y contextuales de forma masiva, a través de medios técnicos de comunicación, de forma unidireccional.

Educomunicación

Para Mario Kaplún, la Educomunicación tiene por objetivo fundamental, mejorar el proceso de enseñanza y aprendizaje, convirtiendo al emisor en un interlocutor, ofreciéndole al educando la oportunidad de ser un generador de dialogo, mejorando sus posibilidades y estímulos que lo llevarán al aprendizaje. Es claro que la Educomunicación es trascender de formatos comunicacionales unidireccionales para hacerlos multidireccionales y llegar a retroalimentar la información, para desarrollar un pensamiento crítico en el emisor.

Comunicación Digital

La Comunicación Digital es un fenómeno global, donde personas u organizaciones, interactúan en un entorno mediado por tecnologías digitales. Las redes digitales facilitan la transmisión de información y reconfiguran las relaciones sociales y económicas, surgiendo así sociedades globalizadas.

Nota: Esta información presenta a las diferentes formas de comunicación, así como sus definiciones y aplicaciones.

Fuente: Elaboración propia, con base a la información de Fernández (2009), Maletzke (1992), Kaplún (2003), Coslado (2012) y Castells (1999).

1.2 Teoría de la Aldea Global

Dentro del gran panorama de investigación que está presente en la Comunicación Digital, existe un pensador que predijo un mundo globalizado 2 décadas antes del boom de Internet a inicios del siglo XXI. Para Marshal McLuhan, existe una serie de etapas significativas que llevó al ser humano a tener una comunicación globalizada, fenómeno presente en la comunicación actual, esta evolución parte de la comunicación humana de culturas de menor tamaño que se comunicaban únicamente mediante el boca-oreja, McLuhan, (1998). Después con la invención de la imprenta de Gutenberg, llega un salto evolutivo hacia la tipografía informativa y documental, posteriormente llegan formas aún más complejas de comunicación con la revolución de la tecnología y la llegada de los medios de comunicación propios como la radio y la televisión, produciendo relaciones distintas de interacción entre las personas, lo que se conoce como la comunicación de masas.



Finalmente, con la llegada de la sociedad en la red las relaciones sociales evolucionan con el boom de Internet, cuyos comportamientos sociales se ven influenciados de culturas extranjeras, Centenera (2022).

El autor en su teoría de la aldea global manifiesta que las pequeñas comunidades tienen una comunicación directa, pero a medida de que las sociedades van creciendo, esta característica se fragmenta, este concepto de cultura oral colectiva como medio primario de información, pues con el desarrollo industrial y tecnológico van surgiendo varios medios de comunicación que abarcan mayor territorio, generando una convergencia cultural que supera los límites físicos de la distancia y temporales entre las personas, creando la sensación de conexión e interdependencia global, McLuhan y Powers, (2020).

1.2.1. El medio es el mensaje

Son 60 años desde que Marshall McLuhan predijo un mundo interconectado y clasificó los medios según el nivel de interacción que requieren, distinguiendo entre medios que demandan más o menos participación por parte de las audiencias. En su análisis, la televisión es considerado un “medio frío”, por su mayor grado de interacción, mientras que la radio se caracteriza como un medio de menor interacción, denominado “medio caliente”. Este concepto es crucial para comprender cómo los medios no solo transmiten contenido, también influyen en la manera en la que el hombre percibe el mundo y se relacionamos entre nosotros, (McLuhan, M., Fiore, Q., & Agel, J. 1987).

En este marco de interpretación mediático McLuhan afirma que los medios de comunicación, además de ser herramientas para transmitir información, también pueden ser extensiones de nuestras capacidades y sentidos humanos, es decir que cada medio tiene efectos sociales, culturales y psicológicos únicos en la sociedad. Por ejemplo, la televisión, proporciona una experiencia sensorial inmediata y envolvente, cambiando la forma en que las personas percibían el tiempo y el espacio, lo que afectó la estructura social y la experiencia humana, a su vez la imprenta amplió nuestra capacidad de almacenar y transmitir información, la radio mediante estímulos auditivos nos brinda la posibilidad de imaginar historias propias mediante un hilo conductual de la narrativa radiofónica, (McLuhan, M. 1998). Sin embargo, la proliferación de los medios de comunicación electrónicos estaba llevando a una homogenización cultural a nivel global, este fenómeno se explica por la inmersión de contenidos y culturas de países con mayor poder político y económico, estas generan tendencias que ahogan la diversificación cultural de sociedades más pequeñas distribuidas en la periferia, la ruptura erosiona las barreras culturales y crea una sensación de comunidad global, surgiendo así el hombre fragmentado, para dar inicio a la globalización mediática y cultural, (Pérez, 2014).



1.3. Comunicación digital y redes sociales.

Para comprender los fenómenos que ocurren en la comunicación digital, es esencial definir qué se entiende por red social. Según Mires (1999), una red social es un espacio político, cultural y social que se configura de manera autónoma y se expande dentro de su propio ámbito. Con la aparición de Internet y el desarrollo de la web 2.0, los usuarios del entorno virtual han asumido un rol participativo al generar y compartir información. Este aporte masivo de millones de personas es fundamental para mantener una red global de conocimiento compartido (Torres-Díaz et al., 2013).

Este importante espacio de divulgación de contenido que proporcionan las redes sociales ha permitido el surgimiento de nuevos modelos de negocio tanto para personas como para organizaciones. Según Castells (2001), Internet se ha convertido en el tejido que conecta nuestras vidas en el presente, consolidándose como una herramienta esencial. Las redes sociales y la manera en que interactuamos en el entorno virtual han sido fenómenos determinantes para las generaciones actuales, comúnmente conocidas como nativos digitales (Prensky, 2001).

Estas Actividades comunicativas han cambiado radicalmente la forma en que las personas se relacionan y comparten aspectos representativos de su cultura, y se correlacionan entre sí en la cibernética. (Moreno, 2019). Esto ha generado diversos cambios en el comportamiento humano y la búsqueda de conexiones significativas en un entorno más interconectado. El surgimiento de nuevas formas de interacción y colaboración implicó grandes cambios en el ecosistema de medios, así como nuevas especies mediáticas que modificaron las relaciones de un entorno donde los medios masivos o tradicionales, denominados broadcasting lideraban el consumo de masas (Scolari, 2012).

En este proceso de Comunicación Digital, la identidad de las personas adopta un papel central, donde sus distintos y complejos atributos se manifiestan a través de la forma en que las personas se perciben y se relacionan en redes sociales. (Del Prete, y Redon 2020). Actividades como actualizar perfiles, publicar fotografías, comentar contenidos y conectarse con otros se han convertido en acciones cotidianas y a su vez actos performativos que configuran la subjetividad de los usuarios, (Cover, 2014). Este proceso refleja una dinámica fluida y cambiante de la identidad social, donde el usuario muestra quien es, se construye y negocia su identidad de forma continua.

En esta línea, (Donath y Boyd 2004), describen a las redes sociales como dispositivos que permiten a los usuarios definir su identidad en fusión de sus conexiones con otros. Estas redes actúan como una extensión de la subjetividad del individuo, convirtiendo a las relaciones sociales en un mecanismo de validación y legitimación del perfil personal.

1.4. Sociedad en la red y cultura participativa

El conjunto de actividades y comportamientos colectivos dan pie al surgimiento de la Sociedad en la Red, este término es definido por (Castells, 2006), como una forma de organización social basada en la información, que da lugar a una estructura social

configurada por redes de comunicación digital que abarcan todas las esferas de la vida que incluyen política, economía y las relaciones personales. De igual manera (Vázquez, 2011), menciona que La Sociedad Red es una sociedad donde el crecimiento y la expansión de internet generan nuevas formas de organización, comunicación, interacción social y entretenimiento. Sin embargo, (Mires, 1999), clasifica 2 tipos de redes dentro de la sociedad; de identificación, que es aquella que surge cuando la interactividad da pie al encuentro con otras sociedades que comparten los mismos valores e ideología y se fusionan a fin de transformar una identidad plural en singular, como ocurre con los movimientos indígenas. Tenemos también redes por correspondencia, que son grupos sociales que no pueden identificarse, pero se unen a fin de lograr un objetivo en común, por ejemplo, la aplicación de una reforma a una ley injusta, (Mires, 1999).

Por otro lado, (Jenkins 2006), explica que el fenómeno de interacción social en un entorno digital es más bien una *cultura participativa*, en la que los actores, no deben verse como productores y consumidores sino como participantes que convergen para representar un cambio cultural, los usuarios o consumidores también son responsables en la creación y producción de contenidos por sus hábitos de consumo cultural.

Es propio de Internet ser un instrumento que desarrolla, pero no modifica los comportamientos de la sociedad, más bien los comportamientos sociales se apoderan de Internet, por lo que la tendencia de consumo se amplifica y potencia a partir de estos comportamientos (Castells, 2001). Bajo este contexto la Sociedad en la Red presenta la llegada de agrupaciones, asociaciones y movimientos de resistencia global, así como el nacimiento de acción social en internet, movilizaciones que protegen a los desamparados e indignados y los alientan a luchar por una causa justa (Canaza 2018). La democratización de la información ha dado voz a grupos marginados o excluidos de los medios de comunicación convencionales. Hoy en día, cualquier persona con acceso a Internet puede compartir sus opiniones e ideas con el mundo, conectar con personas que comparten su ideología y unirse para hacer un cambio en pro de la sociedad, lo que ha ampliado el espectro de voces en el entorno publico digital (Rodríguez, 2008).

En este entorno de interconexión digital Manuel Castells, identifica 3 actores que participan activamente, a su vez Henry Jenkins también lo hace.

Tabla 2.
Actores en la sociedad de la red y cultura participativa

Actores	Manuel Castells (Sociedad Red)	Participantes	Henry Jenkins (Cultura Participativa)
Consumidores	Personas que reciben y utilizan el contenido presente en la red, de manera pasiva, para informarse o entretenerse.	Fans	Usuarios apasionados por un tema o contenido, que converge e interactúa con este. Contribuye a su difusión o

Prosumidores	Participante activo, produce y consume simultáneamente contenido, integrándose al ecosistema digital.	Prosumidores	transformación. Usuarios que actúan como productores y consumidores de contenido, con un enfoque en la reconfiguración cultural.
Productores	Personas u organizaciones que ofrecen productos o servicios, estos producen contenido propio para redes sociales.	Remixers	Personas que toman contenido existente y lo transforman, reinterpretan para crear nuevos contenidos.

Nota: Esta tabla correlaciona y explica los actores que intervienen en una sociedad digital
Fuente: Elaboración propia, basado en la información de (Castells, 1999 y Jenkins, 2006).

Esta interconexión también ha dado paso a varias amenazas como la desinformación, erosionando la confianza que los consumidores tienen en los medios de comunicación. Esto también ha dado lugar al debate público en temas controversiales, de distintos sectores sociales, llegando a vulnerar la privacidad, generando preocupaciones sobre la seguridad digital y el bienestar de los usuarios en línea (Castells, 2015). La privacidad pierde su esencia en la Sociedad en Red, todos se espían, gobiernos, empresas y ciudadanos, la vigilancia digital es omnipresente, la información que se puede extraer del otro es una gran fuente de poder, (Canaza, 2018).

1.5. YouTube y redes sociales como registro documental.

La Sociedad Digital ha traído a colación una revolución en la generación de contenido y en las dinámicas económicas que el entorno digital brinda a los internautas, (Quintana, 2022). El surgimiento de diferentes plataformas como YouTube, Facebook, Instagram y TikTok, se han convertido en redes idóneas para una comunicación audiovisual efectiva. La diversidad de propuestas que engloban permite el desarrollo de diversos intereses de un público variado, desde aspectos como el entretenimiento, hasta aspectos profesionales, (González Carrión et al., 2023). Este entorno ha sido como un caldo de cultivo para el surgimiento de prosumidores influyentes, expertos en el manejo de estas plataformas, autodenominadas influencers (youtubers, instagramers, tiktokers, etc.) Estos individuos han participado en un espectáculo mediático, ya que los más influyentes tienen una gran cantidad de seguidores que se sienten conectados o admiran su vida cotidiana, (Ortega, 2022).

Es en este contexto que los creadores de contenido tienen un papel fundamental, influenciando a sus audiencias cada vez más escépticas hacia empresas e instituciones (Scolari y Fraticeli, 2019). Los perfiles personales de estos prosumidores hoy en día son una marca personal digital, su alto nivel de audiencia, facilita la difusión de contenidos

persuasivos y genera beneficios publicitarios (Díaz, et al., 2022). Sin embargo, la relación entre usuarios y creadores, así como los roles de un ecosistema digital, experimentan cambios inherentes, es bajo estos parámetros que el video se consolida como el principal medio para transmitir relatos y narrativas que reflejan la batalla contemporánea por conseguir el dominio mediático digital (Pérez-Rodríguez, 2020).

Figura 1.

Promedio de visitas de redes sociales

**REDES SOCIALES EN
ECUADOR
VISITAS WEB
ORGÁNICAS PROMEDIO
MENSUALES
FEBRERO 2024**

Dominio	Visitas Web Orgánicas Febrero 2024	Diferencia vs Youtube
youtube.com	22.913.442	
google.com	12.950.387	-43%
facebook.com	12.748.240	-44%
twitter.com	11.310.729	-51%
whatsapp.com	10.227.577	-55%
instagram.com	5.880.994	-74%
pinterest.com	3.651.880	-84%
tiktok.com	2.929.618	-87%
linkedin.com	1.413.343	-94%
spotify.com	374.663	-98%

Nota: Esta tabla muestra como la plataforma YouTube es la preferida por los usuarios ecuatorianos, para de buscar información y educarse sobre aspectos académicos superando a Google como motor de búsqueda, esto por la capacidad que tiene YouTube de publicar contenidos interactivos y audiovisuales.

Fuente: Mentinno, 2024.

YouTube es la plataforma global que genera mayor tráfico entre los internautas. En Ecuador, esta plataforma registró 22.913.442 visitas, siendo superada únicamente por Wikipedia. Esto demuestra que los usuarios perciben a YouTube no solo como un medio de entretenimiento, sino también como una herramienta educativa y de divulgación antropológica. Este entorno resulta ideal para promover la cultura y los recursos antropológicos ecuatorianos. Además, este fenómeno impulsa el desarrollo económico al fomentar el turismo y aumentar la demanda de productos y servicios locales que ofrecen experiencias auténticas de la cultura ecuatoriana. En diciembre de 2023, se registraron 18.7 millones de dispositivos conectados a Google y YouTube, lo que representa un incremento del 14,95 % en comparación con el estudio anterior.

Es claro que YouTube es una empresa con objetivos comerciales, pero esta plataforma también fue diseñada para permitir la participación cultural de personas comunes. La plataforma es ideal para el surgimiento intercultural participativo al ofrecer facilidades como: su posibilidad de subir contenido audiovisual de mayor extensión lo que faculta

nuevas narraciones documentales, con mayor grado de exactitud, permite divulgar la realidad de diversas culturas o aprender mediante material didáctico, (Rodríguez et al. 2019). La plataforma ofrece otras facilidades como: compartir publicaciones, la plataforma no determina que vea y que no, restringe minuciosamente el contenido para menores de edad, las publicaciones fomentan la participación inherente de todas las formas de expresión como actos ciudadanía cultural en comunidades minoritarias, (Torres & Santis, 2020).

A su vez YouTube, sirve como un motor de búsqueda especializado en la ciencia y cultura, donde es posible llevar un registro documental de identidades tradicionalmente vulneradas llevando a estas culturas a compartir social y económicamente a nivel internacional, (Bordignon, et al. 2022). YouTube se erige, así como un ecosistema de amplificación y convergencia de contenidos dinámico de la cultura mundial, donde la interacción y creación colaborativa definen la experiencia del usuario.

1.6. Youtubers y cultubers

YouTube ha experimentado una transición notable en su comunidad, pasando de ser una plataforma netamente de entretenimiento a ser un espacio de conocimiento y cultura global. Desde el 2014, el número de creadores de contenido en la plataforma ha aumentado de manera significativa, abarcando una amplia gama de campos de conocimiento, desde ciencias empíricas hasta las artes y humanidades (López, 2014; Erviti y Stengler, 2016; León y Bourk, 2018; Welbourne y Grant, 2016).

Esta expansión se debe a que YouTube es ahora un motor de búsqueda similar a Google, pero centrado exclusivamente en la difusión de información en formato audiovisual. Ante esta realidad, muchos jóvenes han encontrado en YouTube una oportunidad para combinar su pasión por la cultura o la ciencia con sus habilidades comunicativas innovadoras, generando un proceso de empoderamiento digital como opción para la divulgación de las culturas propias de localidades. En lugar de ver a otros creadores como competencia, se ha optado por colaborar y crear una comunidad en torno a la divulgación de conocimientos.

Este trabajo de actores que buscan transmitir cultura y ciencia surge un movimiento en España conocido como cultube, este evento es de gran relevancia para el crecimiento académico, invitando a youtubers para compartir su experiencia y compartir ideas, (Buitrago, et al. 2022).

1.7. La representación cultural

Actualmente, el término cultura tiene una presencia constante en los medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales, y se difunde ampliamente en institutos, universidades y escuelas. Aunque su uso es frecuente, la esencia del concepto de cultura sigue siendo poco comprendida. Este término se utiliza comúnmente para referirse a elementos tangibles, como la arquitectura y la vestimenta, así como a aspectos intangibles, como el arte, las creencias, los derechos, las costumbres y los hábitos que caracterizan a una sociedad (Luna, 2013). Según el Diccionario Vox Ilustrado (Bibliógraf, 1995), la cultura se



define como el conjunto de modos de vida, costumbres y conocimientos relacionados con el desarrollo artístico, científico e industrial en un período histórico o dentro de un grupo social. Desde una perspectiva comunicacional, Hall (1997) describe la cultura como un sistema de significados compartidos que se manifiesta simbólicamente a través de prácticas sociales, rituales y costumbres.

Todo este conjunto de modos de vida, son formas de representar la autenticidad de una sociedad, refiriéndose al uso del lenguaje para expresar realidades con un significado y un significante sobre el mundo, que representan, (Chartier, 2021). a su vez, la representación cultural nos lleva varias concepciones como el proceso de transmisión de información de generación en generación, a través de la socialización y la educación. Este proceso es cambiante debido a la influencia de culturas que conviven en un mundo interconectado en el que varias sociedades conviven simultáneamente, (Arruda 2012). En el mismo marco Canclini (1997), menciona que la representación cultural es el proceso mediante el cual los significados se producen y comparten a través de sistemas de signos y símbolos como el lenguaje, las imágenes y las prácticas sociales.

De acuerdo con la UNESCO (2005), la cultura se describe como el conjunto de características distintivas, tanto espirituales como materiales y emocionales, que identifican a una sociedad o grupo social. Incluye no solo las artes y las letras, sino también los modos de vida, los derechos fundamentales de las personas, así como los sistemas de valores, creencias y tradiciones.

Cada cultura evoluciona constantemente, pues en el mundo se correlacionan varias sociedades de una manera dinámica y diversa, cada grupo humano desarrolla su propia identidad, influenciada por factores sociales, geográficos, históricos, económicos y políticos. Ahora es posible divulgar esta representación cultural hacia el mundo mediante el constante flujo globalizante de información (Arruda 2012).

1.8. Codificación y decodificación cultural

Los medios de comunicación tradicionales y digitales juegan un rol fundamental en la divulgación de la representación cultural de cada sociedad particular, debido a que los audiovisuales propios del cine, la televisión y en la actualidad las plataformas digitales, son ideales para retratar de manera entretenida, aspectos sociales, históricos, políticos y culturales, lo que supone instrumentos formidables para la educación y concientización del público que recepta estos contenidos, (Fuenzalida 1987). No obstante, desde sus inicios, el rol de la televisión no ha sido ético, pues la influencia que ejerce sobre el televidente ha sido utilizada como punto de partida para priorizar modelos comerciales, como géneros de ficción y programas de entretenimiento, que a menudo no reflejan aspectos reales de la sociedad, (Alonso 2011). Esto, a su vez, restringe y margina ciertas dimensiones humanas, fomentando una concepción idealista de la industria televisiva que abre camino a la manipulación de masas, donde el emisor es percibido como omnipotente, debido a que la comunicación lineal que caracteriza a los medios masivos es la gran protagonista,

(Fuenzalida 1987).

Hall (1997) desarrolló una amplia crítica sobre este modelo de comunicación lineal, y determinó que los procesos de comunicación culturales no son lineales. Según su planteamiento, los mensajes mediáticos son codificados por los productores de la industria televisiva los cuales insertan significados en un mensaje, que pueden ser influidos por ideologías, valores sociales o estructuras de poder y decodificados por las audiencias de manera en la que interpretan estos mensajes según sus propios contextos culturales, sociales y personales.

Según Fuenzalida (1987), la decodificación depende del receptor, iniciando con sus expectativas y emociones generales frente a la recepción de un nuevo mensaje, especialmente cuando este contiene contenidos sesgados. Es posible determinar tres posiciones de decodificación: la *hegémica-dominante*, en la cual el receptor interpreta el mensaje tal como fue codificado, aceptándolo sin cuestionamientos; la *negociada*, donde el receptor acepta algunos elementos del mensaje, pero cuestiona otros; y la *opositiva*, en la que el receptor rechaza completamente el mensaje original y lo reinterpreta de manera crítica o subversiva, (Hall, 2004).

La televisión es un medio que transmite una gran diversidad de géneros y programas impactan a las audiencias mediante sus narrativas a través de filmes, telenovelas, teleseries, obras dramáticas, también mediante programas deportivos, musicales y gastronómicos que retratan aspectos culturales diversos, esta relación diversificada es interpretada por múltiples sociedades creando un fenómeno conocido como la hibridación cultural, (Fuenzalida 1987). Canclini (1997), señala que la hibridación cultural es producto de la globalización siendo un proceso dinámico mediante el cual diferentes elementos culturales se mezclan, interactúan, reconfiguran y coexisten, dando lugar a una gran transformación bilateral entre culturas que se juntan para la evolución de aquellas que interactúan.

En la actualidad estos fenómenos de codificación y decodificación cultural han ido evolucionando. Para Barbero (1998), la codificación de decodificación son más que procesos técnicos, incluyen factores como tradiciones, valores comunitarios y dinámicas de poder, en este aspecto se puede determinar 3 mediaciones clave; la *tecnológica*, donde los avances tecnológicos afectan la forma en que se codifican y decodifican el mensaje; la *social*, es vista como los valores y las prácticas de las comunidades influyen en la interpretación de los mensajes; y la *cultural*, en la que influye directamente las identidades culturales y las tradiciones para moldear las interpretaciones.

Tabla 3.
Codificación y decodificación cultural

Teoría	Stuart Hall	Jesús Martín Barbero	Néstor García Canclini
Enfoque	Critica a los medios tradicionales. Codificación	Factores culturales y tecnológicos	sociales, y Hibridación cultural en contextos globalizados

	decodificación de los mensajes mediáticos.	intervienen en la interpretación del mensaje.	
Proceso Codificación	Influenciado por ideologías y valores del emisor.	Condicionado por mediaciones históricas y sociales.	Marcado por la mezcla de elementos locales y globales.
Proceso Decodificación	Las audiencias pueden aceptar, negociar o rechazar los mensajes.	Influenciado por el contexto cultural de los receptores.	Las audiencias decodifican estos mensajes según sus contextos locales.

Nota: Esta tabla explica como la codificación y decodificación es definida por diferentes autores.

Fuente: Elaboración propia, con base a la información de Barbero (1998); Canclini (1997); Hall (1997)

1.9. Teoría culturológica

Para Morin (1966), entiende a la cultura como un cuerpo complejo de normas, símbolos, mitos e imágenes que decodifica el individuo, creando la estructuración de sus sentidos y la orientación de las emociones colectivas. Esto da pie a teoría culturológica que hace hincapié en entender a la sociedad considerando todos sus aspectos históricos, sociales, económicos y principalmente la relación que existe entre el consumidor y el objeto de consumo, donde los mensajes son decodificados de manera masiva y la cultura no es impuesta, sino propuesta, (Holmer 2009).

Esta teoría lleva como objetivo principal comprender cómo la cultura influye de manera directa en el comportamiento humano de las masas, sus relaciones sociales, las instituciones y la sociedad en conjunto, (Morin 2005). En lugar de centrarse únicamente en aspectos específicos de la cultura, como la literatura y el arte o las tradiciones, la teoría culturológica busca analizar la cultura en su totalidad.

Eco (2000), desde la semiótica, manifiesta que las culturas contemporáneas negocian con los signos, símbolos y narrativas culturales producidos por las grandes empresas publicitarias. El consumo no es solo una actividad económica sino también cultural, los productos propuestos no son impuestos, sino que generan procesos de identificación y proyección en los receptores determinando una relación directa entre la publicidad, consumo y cultura de masas. (Gherlone 2022). Bajo este contexto de una sociedad interconectada la teoría reconoce las distintas culturas humanas y examina las interacciones complejas que suceden entre sociedad y cultura, considerando como estas influyen una sobre otra, ya que están intrínsecamente relacionadas y se influyen mutuamente, (García 2020).

1.10. Teoría de la alineación cultural

Por otra parte, existe un pequeño grupo de individuos que se sienten insatisfechos, alejados y no pertenecientes a aspectos de la cultura y sociedad, llegando a la pérdida o creencia del



mundo, así se describe al individuo que no se siente involucrado, concernido o implicado, (Forero, 2021). Estos son individuos automatizados, los no alineados, cada enfocado en el ámbito específico de sus propios objetivos e intereses. A esto se refiere al termino alienación, al proceso mediante el cual las personas se alejan y se sienten separados de su propia realidad, (Huertas, 2019).

Desde el enfoque marxista, la alienación está vinculada a la explotación del proletariado y a las estructuras de propiedad privada características de la sociedad capitalista. Marx (1867), identificó las distorsiones causadas por estas estructuras en la naturaleza humana, centrándose en las causas estructurales del capitalismo que generan alienación en los individuos.

Este fenómeno no tiene que ver con aspectos sociales como la pobreza, la dominación de genero u otros factores, se debe más bien a una distorsión del poder de voluntad humana para fijar sus propios fines, apropiarse de su entorno de su trabajo de su actividad y la relación con un círculo social, (Forero, 2021). Esto es promovido por los medios de comunicación, que perturban la mentalidad de las personas al captar su atención y manipular sus percepciones. Por un lado, los medios masivos, al ser controlados por estructuras de poder, tienden a reproducir los valores de las élites, promoviendo una cultura homogénea que desvaloriza las tradiciones locales, (Huertas, 2019). Así, los medios de comunicación masiva pueden llegar a convertirse en un sistema global integrado de alienación. Este concepto no solo se refiere a disfunciones sociales individuales, sino que también implica una transformación de fenómenos y relaciones, distorsionándolos de su verdadera naturaleza, (Maiso 2022).

La cultura desempeña un papel fundamental en los procesos de dominación y resistencia social, actuando como un espacio de lucha simbólica donde se reproducen o se cuestionan las relaciones de poder. Según Jaeggi (2014), la cultura nacional tiende a reflejar los valores e intereses de las clases dominantes, mientras que la cultura popular se configura como una expresión de las clases subordinadas. En este contexto, la alienación cultural se manifiesta como una desconexión profunda entre los individuos y su entorno cultural, generando una sensación de pérdida de sentido que va acompañada de un sentimiento de impotencia frente a la vida colectiva. Además, esta alienación no solo implica la sustitución de prácticas y valores tradicionales por normas ajenas, sino también la erosión de los vínculos solidarios y la fraternidad que sustentan la cohesión social. Como señala Forero (2021), la sensación de pérdida de sentido está intrínsecamente ligada a la incapacidad de participar plenamente en una vida colectiva basada en la solidaridad y la pertenencia.

1.11. Identidad cultural latinoamericana

Al contrario de la alienación, el concepto de identidad encierra un sentido de pertenencia a una multitud, un sector social o a un grupo específico que puede estar en una zona geográfica con el que se comparten rasgos culturales. Según Molano (2007), la identidad cultural no es un concepto estático, sino que se reconstruye de manera individual y colectiva, siendo constantemente influenciada por la globalización y las culturas



extranjeras.

La identidad cultural latinoamericana es el resultado de un proceso histórico complejo y multifacético, moldeado por factores sociales, políticos y culturales que han evolucionado desde la crisis de la Independencia hasta el siglo XX. Este desarrollo refleja tensiones entre la herencia colonial, las influencias europeas y la búsqueda de una identidad auténtica y propia. A pesar de estas tensiones, los países de la región comparten elementos comunes como la lengua, el mestizaje derivado de la colonización y la ubicación geográfica, así como una diversidad de manifestaciones culturales profundamente simbólicas, (Pomaquero, Furió y López 2020). Estas incluyen creencias, ritos, costumbres, tradiciones orales, celebraciones, música, símbolos, lengua, danza y otras particularidades que vinculan a los individuos con sus comunidades y refuerzan un sentido de pertenencia colectiva, inspirado en la naturaleza y en la vida comunitaria (Grenni, 2015).

La crisis de la Independencia representó un momento decisivo en el desarrollo de la identidad latinoamericana. Durante este período, las ideas de la Ilustración, el liberalismo y el positivismo europeos jugaron un papel crucial en el proceso independentista y en la formación de nuevas repúblicas, (Míguez y Peñafiel 2019). La lucha por la libertad de comercio y la liberación cultural de la tutela de la Iglesia impulsó a los criollos a buscar inspiración en las ideas ilustradas para justificar su alzamiento.

Este período también presenció el surgimiento de nuevas formas de estratificación social, influenciadas por la racionalidad científica europea, (Larraín 1994). Se buscaba eliminar la esclavitud y establecer la libertad educativa y religiosa, mientras se adoptaban criterios científicos para promover el orden y el progreso en las nuevas repúblicas. Sin embargo, estas ideas también dieron lugar a visiones racistas y eurocéntricas, sería natural pensar que las leyendas y la oralidad latina son resultados de la herencia europea, no obstante, fueron los esclavos africanos quienes compartieron con los indígenas sus coplas de anhelo de libertad, (Míguez y Peñafiel, 2019).

El período posterior a la Segunda Guerra Mundial fue testigo de nuevas corrientes de pensamiento que desafiaron las concepciones eurocéntricas de la identidad latinoamericana. El movimiento indigenista y la crítica al modelo de desarrollo occidental destacaron la importancia de valorar las culturas indígenas y las diferencias regionales en la construcción de una identidad auténticamente latinoamericana, (Pomaquero, Furió y López 2020). No obstante, estas visiones también fueron objeto de críticas por su romanticismo y su falta de confianza en la capacidad de América Latina para modernizarse según modelos occidentales, (Míguez y Peñafiel 2019).

A lo largo de los años, las ideas sobre la identidad latinoamericana han continuado evolucionando, reflejando las cambiantes realidades políticas, económicas y sociales de la región. Desde los intentos de modernización e industrialización en los años 50, pasando por el resurgimiento del marxismo y las ideas socialistas en los años 60 y 70, hasta la adopción de políticas conservadoras y neoliberales en los años 80, la identidad latinoamericana ha sido objeto de constantes debates e interrogantes, (Larraín 1994).



En este proceso, la universidad latinoamericana ha desempeñado un papel central como espacio de reflexión e innovación intelectual, donde se han discutido y desarrollado diferentes perspectivas sobre la identidad y el desarrollo de la región. A pesar de las tensiones y contradicciones, la identidad latinoamericana sigue siendo un tema de vital importancia para la comprensión de la historia y la cultura de la región, y continúa siendo objeto de estudio y debate en el ámbito académico y más allá, (Míguez y Peñafiel 2019).

1.12. Identidad cultural ecuatoriana

En paralelo con el contexto latinoamericano de finales del siglo XV, se tipificaron a los hombres por sus características físicas, así surgieron las castas, es decir, negros africanos, blancos europeos, indios, mestizos, criollos, mulatos e indios que luego fueron esclavizados, el Ecuador también presentó un proceso de involución de su cultura e identidad, para los españoles el nativo americano era considerado inhumano, sin dios, justicia, religión y ley (De la Torre, 2006). Por otro lado, en el libro Europa y la gente sin historia, nos muestra un panorama en el que Europa y sus mal llamados países del centro, se muestran como el epicentro de los cambios globales y define a las culturas de la periferia como lineales y sin historia ni prestigio (Wolf, 1982). Es así como su influencia hizo que el indígena destruyera sus costumbres, su alimentación, lengua, formas de vestir y sus tradiciones al considerarse herejía, y que, solamente destruyendo su identidad, conseguirán la salvación física y espiritual adoptando la cultura europea como el único ejemplo de civilización.

Es en este proceso de construcción y deconstrucción de identidades, que las culturas ecuatorianas resurgen adaptando sus festividades y costumbres a las extranjeras, fragmentándose territorialmente en pueblos más pequeños, formando así la identidad regional (Kingman, 1999).

El Ecuador reconoce su condición como un Estado Pluricultural y Multiétnico, comprometiéndose a preservar y fomentar el desarrollo de todas las lenguas presentes en su territorio, así como a proteger la identidad cultural de las diversas nacionalidades que coexisten en su interior, entre las cuales se incluyen las nacionalidades Kichwa, Shuar, Achuar, Chachi, Epera, Huaorani, Siona, Secoya, Awa, Tsáchila, Cofán y Zápara. Los pueblos y nacionalidades indígenas desempeñan un papel fundamental en la vida del país. (Mejeant, 2001).

Según el artículo 1 de la Constitución del Ecuador, el Estado se compromete a respetar y promover el desarrollo de todas las lenguas habladas por los ecuatorianos, estableciendo que el castellano es el idioma oficial, mientras que el Kichwa, el shuar y demás idiomas ancestrales tienen carácter oficial para los pueblos indígenas conforme a lo que establezca la ley. Asimismo, garantiza el derecho de estos pueblos a mantener, desarrollar y fortalecer su identidad y tradiciones en los ámbitos espiritual, cultural, lingüístico, social, político y económico, según el artículo 84, numeral 1, garantiza el derecho de estos pueblos a mantener, desarrollar y fortalecer su identidad y tradiciones en los ámbitos espiritual, cultural, lingüístico, social, político y económico.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), Ecuador cuenta actualmente con una población de 17 millones de personas, de las cuales 1.301.887 se identifican como indígenas, lo que equivale al 7.7% de la población. Estos indígenas se distribuyen en 14 nacionalidades y 18 pueblos indígenas reconocidos por el Consejo Nacional de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador.

Figura 2.
Población por grupos etarios

Población por Grupos Etarios 2022

Grupo etario	Número total de personas	Indígena	Afroecuatoriano/a (ANM)	Montubia/o	Mestiza/o	Blanca/o	Otro
De 0-4	1.293.325	138.542	86.197	93.931	949.540	24.093	1.022
De 5-9	1.412.087	143.983	88.818	94.845	1.059.752	23.422	1.267
De 10-14	1.607.577	160.334	102.741	118.035	1.199.936	24.997	1.534
De 15-19	1.533.824	145.644	83.070	114.593	1.162.826	26.270	1.421
De 20-24	1.495.912	112.211	66.581	110.002	1.177.653	27.768	1.697
De 25-29	1.347.168	95.387	60.165	91.131	1.072.300	26.662	1.523
De 30-34	1.243.063	84.482	55.286	85.230	990.534	26.056	1.475
De 35-39	1.173.922	79.400	51.378	85.019	932.392	24.214	1.519
De 40-44	1.112.429	70.716	47.891	86.322	881.219	24.743	1.538
De 45-49	951.536	57.193	38.159	80.692	751.510	22.582	1.400
De 50-54	860.590	48.361	33.173	75.634	679.877	22.134	1.411
De 55-59	752.046	41.268	28.711	67.199	593.056	20.532	1.280
De 60-64	634.917	34.923	24.059	57.080	498.087	19.720	1.048
De 65-69	516.770	28.709	18.734	49.154	400.975	18.364	834
De 70-74	380.529	22.116	12.352	37.637	292.279	15.544	601
De 75-79	271.820	17.607	7.906	26.074	207.955	11.887	391
De 80-84	178.073	11.523	4.830	16.544	136.923	7.998	255
85 y más	173.398	9.488	4.417	15.872	135.466	7.939	216
Total Nacional	16.938.986	1.301.887	814.468	1.304.994	13.122.280	374.925	20.432

Fuente: Secretaría Nacional de pueblos y nacionales indígenas (2022).

En base a la figura anterior es claro que la auto identificación étnica más representativa del Ecuador es la indígena con mayor presencia de individuos es la Kichwa Tungurahua con 23.6%, luego se encuentra la puruhá 7.8%, Otavalo presente el 3.8% y la Panzaleo el 3.3%.

Tabla 4.

Pueblos y nacionalidades indígenas del Ecuador por región

Región	Pueblos/Nacionalidades	Lengua
Costa	Tsáchilas	Tsafiqui

	Awa	Awapi
	Espera	Espera Pedede
	Chachi	Cha'palaa
Sierra	Karanki	Kichwa
	Natabuela	
	Otavalo	
	Kayamb	
	Kitukara	
	Panzaleo	
	Chibuleo	
	Kisapincha	
	Salasaka	
	Kichwa	
	Tungurahua,	
	Waranca	
	Puruhá	
	Kañari	
	Saraguro	
Amazonia	Shuar	Shuar Chicham
	Achuar	Achuar
	Kichwa	Kichwa
	Siona-Secoya	Paicoca
	Cofán	A'ingae
	Huaorani	Waotededo
	Záparo	Kayapi

Nota: Se puede evidenciar los pueblos y nacionalidades indígenas junto a su lengua natal
 Fuente: elaboración propia en base a Mejeant, (2001).

En la tabla número 4 evidenciamos como los pueblos indígenas tienen cuya lengua madre es el Kichwa o Runa Shimi, se ubican en las regiones de la Sierra y en la Amazonia, propiamente en las provincias de: Pichincha, Bolívar, Imbabura, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Cañar, Azuay, Loja, Napo, Sucumbíos, Orellana, Pastaza y Zamora Chinchipe.

En la Amazonia existe mayor hegemonía en la lengua por el cual las personas se comunican entre comunidades locales, la nacionalidad Shuar con una población de 60 mil habitantes representa en 7% de la población indígena ecuatoriana, cuyo idioma representativo es el Shuar Chicham, o también conocido por algunos historiadores como Jiva.



En este contexto el pueblo más popular de la Sierra es Otavalo, un pueblo de origen precolombino, desempeñó un papel crucial en la época colonial debido a sus funciones político-administrativas significativas. En la actualidad, ha evolucionado para convertirse en un centro de comercio internacional y en un punto de encuentro para diversas interacciones culturales. Su área administrativa abarcaba no solo al propio pueblo otavaleño, sino también a los pueblos circundantes como los Kayambis, los caranquis y los pastos, estos últimos situados en la actual frontera entre Ecuador y Colombia. (De la Torre, 2006).

1.13. Negociación de identidades.

El ecosistema de plataformas digitales como Facebook, YouTube, TikTok impulsan una innovación que conduce hacia nuevos modelos de negocio, pues permite a los creadores de contenido monetizar sus producciones, lo que ha llevado a la profesionalización de los prosumidores, (Zhang y Zhu, 2021). Mediante la comunicación digital, se ha visibilizado problemáticas sociales, educativas, culturales, de salud, seguridad, entre otras, de cada individuo, grupo o comunidades, estas problemáticas se visualizan a través de actores sociales que asumen la divulgación de estas problemáticas en beneficio de estos grupos vulnerados, esto ha traído la posibilidad de una profesión rentable para estos actores (Burgess, 2012). Así surgen los cultubers, actores sociales que difunden información trascendental a través de plataformas digitales como YouTube, Facebook, TikTok, etc. Para generar ingresos mediante la construcción de identidades (Suárez y García, 2021).

Los creadores de contenido en el ámbito cinematográfico, publicitario y narrativo no se limitan a las funciones de los prosumidores como la interpretación, difusión y creación, sino que también aportan un conocimiento profundo de este medio, fomentan la interacción con otros usuarios (Herrero, et al., 2016), tienen la capacidad para decidir los temas a tratar y convierten su contenido en un modelo de negocio. Esto no solo es gracias a la monetización que proporciona la plataforma basada en el número de visualizaciones, debido a que los consumidores que se identifican y les gusta el contenido, tienen la posibilidad de ser suscriptores pagos de su contenido, actuando de alguna manera como mecenas. Pasar de una cuenta premium a una suscripción representa un avance en la integración dentro de la comunidad (Duffett, 2013).

Esta nueva modalidad económica, permite la consolidación de un modelo de contenido a un negocio financiero estable y continuo. Esta contribución implica un cambio en las relaciones entre el creador de contenido y el usuario, pues la dependencia aumenta y las decisiones al crear los productos audiovisuales se ve influenciada por la necesidad de satisfacer las expectativas de un público fiel y una base de suscripciones duradera, que exige que los contenidos con actualidad, atractivos, innovadores, impactantes, características indispensables para la representación de la identidad y cultura.

1.14. Construcción de identidades y estereotipos

Las narrativas audiovisuales desempeñan un rol fundamental en la representación cultural y la construcción de identidades. A través de estas narrativas, se establece una relación entre

las personas que interactúan y comparten información. Este proceso comunicativo es más efectivo cuando se complementa en una narración, ya que el cerebro está diseñado para contar y escuchar historias. Según Cantillo (2015), a lo largo de la historia, las narrativas han sido esenciales para transmitir conocimientos, valores y creencias, y siguen siendo herramientas clave en la comunicación moderna. Las historias, sin importar su formato, atraen y entretienen, creando vínculos entre las personas y su entorno.

La narrativa se organiza en dos dimensiones esenciales: el contenido de la historia (personajes, escenarios, acciones y eventos) y la manera de contarla. El reto reside en hacer que el relato sea creíble y verosímil, logrando una conexión emocional con el público (Scolari, 2013). Históricamente, los cuentos populares han calado en la conciencia colectiva a través de la transmisión oral y los textos escritos. Con la evolución digital, la forma de contar historias ha cambiado, integrando la participación de las audiencias y las tecnologías mediáticas.

Según Jenkins (2009), la narrativa digital y transmedia se extiende a través de diversas plataformas, cada una aportando de manera única a la construcción de la historia en su totalidad. Este enfoque permite que las narrativas se adapten y evolucionen con los medios tecnológicos, ofreciendo una experiencia interactiva donde los roles de emisor y receptor son intercambiables. La narrativa digital también se beneficia de la participación del público, similar a movimientos artísticos como el *Performance Art*, donde la audiencia deja de ser pasiva y se convierte en parte activa de la historia.

En el contexto actual, las historias adoptan diversas formas, fluyen a través de múltiples dispositivos y ofrecen múltiples perspectivas de la realidad, en las cuales los usuarios pueden involucrarse profundamente. Este fenómeno es especialmente significativo en las etapas iniciales del desarrollo, donde la exposición al ecosistema mediático influye notablemente en la construcción de la identidad. La narrativa digital permite una conexión constante con las obras originales, reutilizando y generando nuevas historias que se desarrollan a través de secuencias no prediseñadas y finales abiertos, Ruiz (2021).

1.15. Imaginarios sociales

Para comprender cómo las sociedades perciben y construyen la realidad, es necesario aclarar qué es un imaginario social. Estos son representaciones profundas de la significación social, para dar coherencia a la sociedad incluyendo creencias, relatos e ideas compartidas por un pueblo en un tiempo y espacio específico (Riffo, 2022). Los imaginarios influyen significativamente en el consumo de contenidos, ya que moldean la percepción temporal y espacial de los usuarios. Al actuar como mapas mentales compartidos, los imaginarios sociales proporcionan el marco cultural y temporal necesario para que los contenidos cobren sentido, promoviendo la creación de comunidades y la participación en el entorno digital.

Los imaginarios sociales no son fijos, sino que tienen la capacidad de renovarse para adaptarse a los cambios y desafíos de la sociedad. Sin embargo, este proceso de

actualización es gradual y ocurre a lo largo de un período prolongado, lo que significa que no hay un único imaginario dominante, sino una diversidad de imaginarios que coexisten interactúa y, a veces, se oponen (Pintos, 2015). Estos pueden ser temporales influyen en cómo los usuarios interpretan la actualidad de los contenidos, su relevancia histórica y sus implicaciones futuras. Las narrativas sobre eventos pasados, presentes y futuros compartidas en redes sociales pueden reforzar la memoria colectiva, motivar la acción en el presente o inspirar visiones del futuro, afectando así la manera en que los usuarios interactúan y perciben el espacio en redes sociales, ya sea a través de imágenes, videos o textos, está influenciada por los elementos naturales y artificiales que conforman los imaginarios colectivos. Estas percepciones pueden generar un sentido de pertenencia, nostalgia o aspiración, impactando en el consumo y la viralidad de los contenidos.

1.16. Narrativa transmedia

Jenkins (2006), planteó la idea de "convergencia mediática," describiéndola como el proceso en el que los contenidos circulan a través de diversas plataformas mediáticas, acompañado por la colaboración entre las industrias del sector y el comportamiento migratorio de las audiencias, quienes interactúan activamente con los medios. Este fenómeno se manifiesta en todos los espacios de la comunicación digital, dando lugar al desarrollo de narrativas transmedia. Pero ¿qué se entiende por transmedia? Según Scolari (2013), la narrativa transmedia es un tipo de relato en el que la historia se despliega a través de múltiples plataformas y medios de comunicación, mientras que algunos consumidores juegan un papel activo en su expansión.

En un mundo transmedia el relato debe ser líquido, es decir que la historia comienza en un medio y fluye de un espacio mediático a otro, este fenómeno debe presentarse de manera planificada, no aleatoria, esto genera una experiencia transmedia satisfactoria en el consumidor, aprovechando las características específicas de cada medio. Es necesario conocer cuándo, dónde y cómo se expande la narrativa, respondiendo a las necesidades de los espectadores.

Para el éxito de una estrategia transmedia, es crucial identificar a los principales medios involucrados en la difusión de contenidos.

Tabla 5.

Medios en la narrativa transmedia

Medio	Veneficio
Televisión	Contar (eventos principales, precuelas, secuelas, spin-offs)
Cine	Contar (eventos principales o especiales, precuelas, secuelas, spin-offs)
Libros	Contar (eventos principales, precuelas, secuelas, spin-offs)
Cómic	Contar (precuelas, secuelas, spin-offs)
Webisodios o	Contar (contenidos intersticiales, spin-offs), catar (avances),
Mobisodios	resumir (recapitulaciones), generar expectativa (anticipos)

Web	Informar, contar en forma no secuencial/multimedia, interactuar, participar, explorar
Apps	Informar, compartir, geolocalizar, participar, ubicuidad
Videojuegos en línea	Desafiar, interactuar, planificar estrategias/tácticas, sumergir al usuario en el mundo narrativo o, cooperar/competir, explorar
Videojuegos	Desafiar, interactuar, planificar estrategias/tácticas, sumergir al usuario en el mundo narrativo, explorar
Redes Sociales	Conversar, compartir, intercambiar, participar
Wikis	Informar, compartir, aprender, archivar
Juegos de realidad alternativa	Conversar, cooperar/competir, investigar, explorar, sumergir al usuario en el mundo narrativo.

Nota: En esta tabla se explica detalladamente una clasificación de medios transmedio junto a los beneficios de su aplicativo

Fuente: Elaboración propia, con base a la información de Scolari (2013).

Las nuevas audiencias juegan un papel fundamental, ya que entender sus hábitos de consumo, es crucial para el éxito de una estrategia transmedia adecuada. Estas generaciones fluyen disfrutando de diferentes contenidos en diferentes modalidades y en diferentes medios, como en vivos, historias, vlogs, etc. (Scolari 2013).

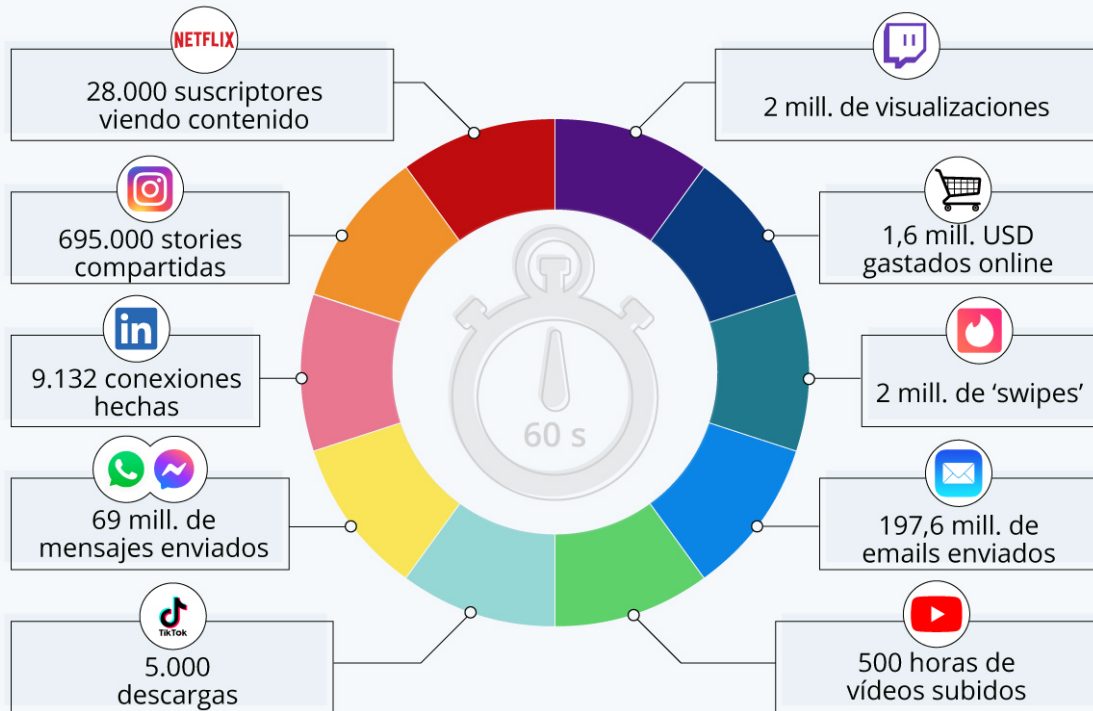
En promedio, el mundo pasa 7 horas aproximadamente al día en internet, enviando mensajes de texto, consumiendo videos en plataformas digitales, mirando programas en plataformas de streaming, jugando videojuegos, y enterándose de noticias. Se estima que, en apenas un minuto, se compartirán aproximadamente 695,000 historias en Instagram, se enviarán 69 millones de mensajes a través de WhatsApp y Facebook Messenger, y se cargarán 500 horas de contenido en YouTube. Estas impresionantes cifras representan solo una fracción del acelerado ritmo con el que se producen e intercambian datos y actividades en internet, (Mena 2021).

Figura 3.

Actividades presentes en redes sociales

Esto sucede en Internet en un minuto

Estimación de una selección de actividades y datos generados online en un minuto en 2021



Fuente: Mena, (2021).

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA O MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Enfoque investigativo

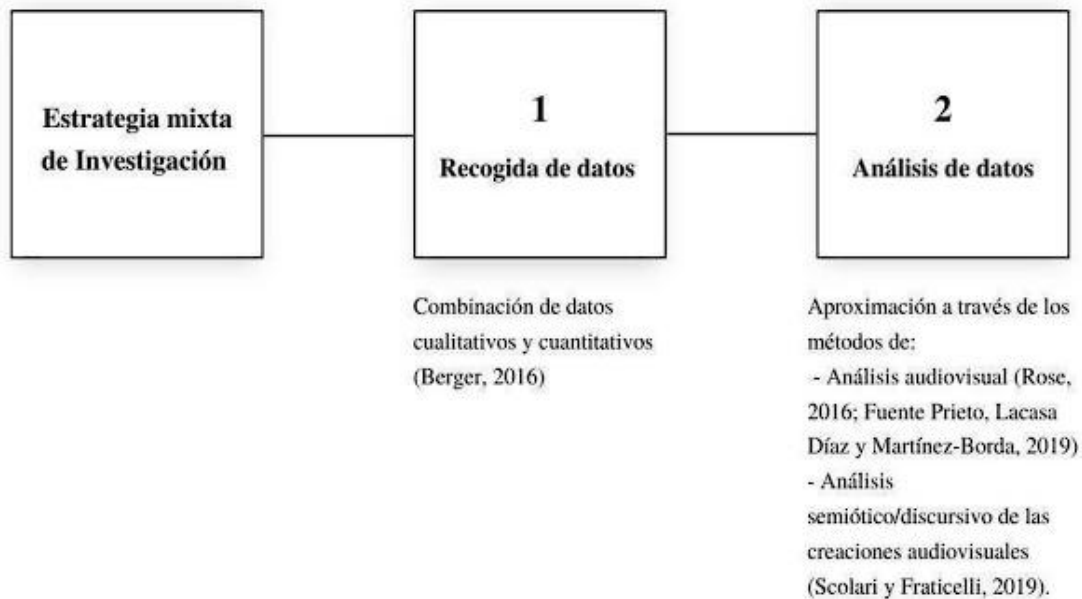
En este estudio, se eligió un enfoque de investigación mixta, que posibilita una aproximación integral al objeto de estudio. Combina métodos cuantitativos, los cuales ofrecen datos objetivos y cuantificables útiles para realizar análisis estadísticos y evaluar hipótesis, con métodos cualitativos, que recopilan y analizan información no numérica para proporcionar una comprensión profunda y contextual de los fenómenos sociales (Hernández y Mendoza, 2020).

Para este estudio se han aplicado diferentes métodos, técnicas e instrumentos de investigación acordes con su enfoque mixto. Se recopilaron datos cuantitativos mediante una matriz de análisis de contenido, para medir variables específicas, en la que consta un total de 116 videos, y datos cualitativos en a través de entrevistas. Dicha combinación ha permitido concretar un análisis detallado de los aspectos vinculados a la representación de la cultura e identidad ecuatoriana en base al trabajo de Damián Bernal.

Elegir esta estrategia de investigación mixta es eficaz para abordar la complejidad de los fenómenos culturales, sociales y mediáticos de este estudio, ya que no se restringe a un solo enfoque, sino que permite una comprensión más profunda de la realidad en aspectos relacionados a la recepción, el alcance y la interacción de los contenidos audiovisuales presentados en las plataformas de YouTube y Facebook.

Figura 4.

Enfoques de investigación



Fuente: Vidal-Mestre, M., Freire-Sánchez, A., Gracia-Mercadé, C., & López- González, J. (2023).

2.2 Tipos de investigación

La dimensión de esta investigación “Análisis de la representación cultural e identidad ecuatoriana en YouTube y Facebook, caso de estudio de Damián Bernal” se enmarca en los enfoques descriptiva y exploratoria.

Según Nieto (2018), la investigación descriptiva se enfoca en el análisis de fenómenos, situaciones o contextos tal como se presentan, sin la intención de alterarlos ni de establecer relaciones causales entre variables. Su principal objetivo es recolectar datos para identificar y explicar las características, aspectos o propiedades de un objeto de estudio, respondiendo preguntas como quién, qué, cuándo, dónde y cómo se desarrollan ciertos fenómenos. Este tipo de investigación es útil para ofrecer una representación precisa de las dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad o contexto específico.

Es preciso resaltar, que este estudio busca caracterizar la interacción del público en base a los videos publicados en sus respectivas plataformas, evaluar el impacto de diversos tipos de contenido expuestos en un tiempo de un año, así como, determinar si el contenido expuesto tiene un sesgo regional, político, económico o social. A su vez, si el mismo representa aspectos de la cultura ecuatoriana en base a su simbología.

Escobar y Bilbao (2020) señalan que la investigación correlacional se orienta a identificar y comprender la relación o asociación entre dos o más variables, sin intentar establecer una causalidad. Su principal propósito es determinar si existe una conexión estadística entre estas variables y evaluar tanto la intensidad como la dirección de dicha relación. Este tipo de

investigación analiza cómo las variables varían conjuntamente, identificando si la relación es positiva, negativa o neutra, sin pretender explicar las causas detrás de esa conexión ni afirmar que una variable provoque cambios en otra.

En este caso, el enfoque correlacional permitió identificar y contrastar los resultados obtenidos a través de gráficos, proporcionando un análisis más profundo para determinar que la representación de la cultura e identidad ecuatoriana es positiva en relación con la cosmovisión cultural que predomina en la sociedad.

Por otro lado, la teoría fundamentada, tiene como objetivo generar teorías basándose en los datos recopilados, en lugar de partir de hipótesis preconcebidas. Este enfoque inductivo resulta crucial dentro de la metodología cualitativa, ya que interpreta las opiniones subjetivas obtenidas durante la investigación. A diferencia del método cuantitativo, que se centra en medir y generalizar resultados, el método cualitativo, como explica Hernández (2014), busca explorar en profundidad la complejidad de los fenómenos sociales.

En el ámbito de la investigación cualitativa, la teoría fundamentada proporciona una perspectiva valiosa para comprender las dinámicas de los grupos generacionales en contextos sociales diversos. Este enfoque permite construir teorías desde los datos recopilados, ofreciendo una visión más profunda y holística de cómo estos grupos interactúan y evolucionan en sociedades cambiantes. El diseño de investigación, por tanto, resulta fundamental para analizar las interacciones, percepciones y roles dentro de estos grupos, posibilitando un estudio detallado de las complejidades que los afectan.

2.3. Técnicas de investigación

Matriz de Análisis de Contenido. Según Naupas et al. (2023), esta técnica se basa en un enfoque sistemático y cuantitativo que permite describir de manera objetiva el contenido explícito de las comunicaciones, con el propósito de interpretarlas. La matriz de análisis de contenido sirve para categorizar y examinar diversos tipos de contenido, como entretenimiento, deportivo, informativo, cultural, gastronómico, turístico, publicitario, etc., presentes en los videos de las plataformas de YouTube y Facebook. Por otra parte, para este estudio se determinó a la Matriz de Análisis de contenidos, como la técnica fundamental para la recopilación de datos numéricos, la misma que se aplicó en el periodo de un año, comprendido desde el 1 de enero del 2023 hasta el 1 de enero del 2024. Esto facilitó la categorización de elementos geográficos, culturales y económicos en las publicaciones, lo que ayudó a entender la representación de la identidad y la cultura ecuatoriana.

Entrevista semiestructurada. Dentro de esta investigación se utilizó, la entrevista como principal técnica para recabar información cualitativa, Bilbao y Escobar (2020) el propósito de esta técnica es interpretar a profundidad la información manifestada por los expertos. Se entrevistó a 2 expertos, María Belén Zambrano, experta en Comunicación Digital y



narrativas audiovisuales, José Echeverría, antropólogo experto en signos y símbolos culturales. Las entrevistas fueron una técnica factible para buscar los factores de evaluación del contenido en estudio, determinando factores profundos de estudio como la personalidad y semiótica presentes en los videos (Valles, 2003).

2.4. Hipótesis de la investigación

El presente estudio tiene como objetivo general:

Analizar la difusión de la representación cultural e identidad ecuatoriana en YouTube propuesto por Damián Bernal “El Champ” en el año 2023.

En este contexto, las hipótesis se formularon como herramientas que facilitaron la exploración de la relación entre diferentes variables, proporcionando una mejor comprensión de cómo ciertos elementos de la difusión de la cultura ecuatoriana podrían haber impactado en la interacción de los seguidores. Así, las hipótesis planteadas en este estudio se fundamentaron en los objetivos específicos establecidos.

- Determinar si el contenido difundido por el youtuber en el año 2023 se centra en difundir culturas, tradiciones de los pueblos ecuatorianos.
- Evaluar la representación y la narrativa audiovisual técnica y cultural ecuatoriana en los videos de Damián Bernal.
- Analizar los comentarios y el feedback de la audiencia en los videos culturales difundidos a fin de determinar saber la aceptación de los usuarios en la representación de la cultura ecuatoriana.

Estas hipótesis permitieron profundizar en la comprensión del impacto que tienen factores como la frecuencia constante de publicación, la inclusión de contenido creado por el youtuber, el uso de diferentes contextos geográficos, testimonios, historias videos y publicaciones relacionadas diferentes tipos de contenido y percepción de los seguidores.

H1: El contenido de Damián Bernal retrata positivamente la cultura e identidad ecuatoriana.

H2: Damián Bernal prioriza videos de diversas culturas ecuatorianas por encima de videos internacionales. La narrativa audiovisual cumple con bases técnicas y especializadas.

H3: La plataforma de YouTube es la preferida por el ecuatoriano y la que más interacción genera.

H4: Los videos que tratan sobre la cultura e identidad ecuatoriana generan mayor cantidad de vistas y comentarios en comparación con otros contenidos de su canal.

2.5 Matriz de operacionalización de variables.

Esta herramienta es fundamental para la planificación y realización de la investigación, ya que facilita la transformación de las variables teóricas en conceptos precisos, medibles y observables. A través de la matriz, cada variable se descompone en indicadores específicos, se especifican las técnicas de recolección necesarias para obtener datos precisos y se identifican las fuentes de información relevantes. Asimismo, la matriz actúa como un mapa que orienta tanto la recolección como el análisis de datos, lo que facilita una evaluación sistemática y una interpretación más precisa de los resultados. A continuación, en la Tabla 6 se presenta la matriz correspondiente a esta investigación.

Tabla 6.

Matriz operacionalización de variables

Objetivo General	Objetivos específicos	Hipótesis	Indicadores	Técnicas	Fuentes de información
Analizar la difusión de la representación cultural e identidad ecuatoriana en YouTube propuesto por el youtuber Damián Bernal “El Champ” en el año 2023.	Determinar si el contenido difundido por el youtuber en el año 2023 se centra en difundir culturas, tradiciones de los pueblos ecuatorianos. Evaluar la representación y la narrativa audiovisual técnica y cultural ecuatoriana en los videos de Damián Bernal. Analizar los comentarios y el feedback de la audiencia en los videos culturales difundidos a fin de determinar saber la aceptación de los usuarios en la representación de la cultura ecuatoriana.	H1: El contenido de Damián Bernal retrata positivamente la cultura e identidad ecuatoriana. H2: Damián Bernal prioriza videos de diversas culturas ecuatorianas por encima de videos internacionales. La narrativa audiovisual cumple con bases técnicas y especializadas. H3: La plataforma de YouTube es la preferida por el ecuatoriano y la que más interacción genera. H4: Los videos que tratan sobre la cultura e identidad	Fecha Red social Público Videos nacionales Videos internacionales Zona geográfica Tipo de contenido Formato audiovisual Alcance Likes Dislikes Copy Comentario Lenguaje mixto Uso de simbología Uso de hashtags	Matriz de análisis de contenido	Análisis del contenido publicado por Damián Bernal “El Champ”.
				Entrevistas	Entrevistas aplicadas a expertos en comunicación digital y antropología.

ecuatoriana
generan mayor
cantidad de vistas
y comentarios en
comparación con
otros contenidos
de su canal.

Nota: Analizar estas variables nos permite determinar de manera lógica como los objetivos se conectan directamente con los instrumentos de investigación y el resultado de los indicadores

Fuente: Elaboración propia.

2.6. Participantes

En este apartado veremos una breve descripción de los expertos que participaron en esta investigación, así como ver una trayectoria profesional y académica que resalta la importancia de estas figuras en el análisis cualitativo para generar teoría.

Figura 5.

María Belén Zambrano



Periodista con más de 10 años de experiencia, conductora del programa Día a Día, Docente investigativa de la facultad de posgrado, Coordinadora de la maestría de comunicación digital en la Universidad Técnica del Norte.

Fuente: Universidad Técnica del Norte

Figura 6.

José Echeverría



Antropólogo destacado en la Historia del Ecuador, investigador y experto en cultura y patrimonio de la Universidad Técnica del Norte.

Fuente: Red social Facebook



2.7. Procedimiento y plan de análisis de datos

2.7.1. Procedimiento general de la investigación

Recopilación de datos: Para obtener datos cuantitativos, se aplicó una matriz de análisis de contenido. Esta herramienta sirvió para medir aspectos clave relacionados con la cultura e identidad ecuatorianas, así como interacción de los seguidores de nuestro objeto de estudio. Adicionalmente, se recopiló datos cualitativos mediante entrevistas semiestructuradas realizadas a profesionales de comunicación y antropólogos expertos en signos y símbolos culturales. Estas entrevistas ofrecieron una perspectiva más profunda sobre las percepciones de los expertos en relación con el impacto de los diferentes tipos de contenido.

Procesamiento de datos: Los datos cuantitativos recolectados fueron procesados y codificados para su análisis posterior. Los datos cualitativos obtenidos a través de las entrevistas fueron transcritos y analizados de forma manual, mediante la identificación de temas emergentes.

Análisis de contenido: Se aplicó la técnica de análisis de contenido para evaluar el impacto de las publicaciones de Damián Bernal en YouTube y Facebook. Las publicaciones se clasificaron según características como la frecuencia de publicación y el tipo de contenido, que incluyó categorías como turismo, tradiciones, gastronomía, música, entretenimiento, deporte y educación.

Análisis estadístico: El análisis estadístico incluyó el cálculo de estadísticas descriptivas para comprender la interacción de los seguidores con las publicaciones. También se realizaron pruebas de comparación para identificar diferencias significativas entre los datos recopilados.

2.7.2 Plan de análisis de datos

Análisis cuantitativo: El análisis de los datos cuantitativos recopilados mediante la matriz de análisis de contenido se realizó utilizando estadísticas descriptivas propias de los resultados mediante gráficas porcentuales para evaluar los fenómenos culturales y sociales presentes en su comunidad y la interacción de los seguidores con las publicaciones. Este enfoque permitió identificar patrones relacionados con la frecuencia de publicación, los tipos de contenido.

Análisis cualitativo: El análisis cualitativo se enfocó en el contenido de las entrevistas realizadas a expertos en comunicación y antropología. A través de un análisis de contenido cualitativo, se identificaron temas, patrones y percepciones clave sobre el impacto de distintos tipos de contenido. La combinación de estos procedimientos y el plan de análisis de datos permitió garantizar la obtención de resultados alineados con los objetivos específicos de la investigación. Tanto el análisis cuantitativo como el cualitativo se emplearon de manera complementaria, proporcionando una visión integral de cómo los



FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA (FECYT)

seguidores interactúan con las publicaciones de Damián Bernal en YouTube y Facebook.

CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Análisis de las entrevistas.

3.1.2 Análisis cualitativo de la entrevista con la comunicadora María Belén Zambrano.

Tabla 7.

Análisis de correlación simple de la entrevista 1

Pregunta	Aspecto	Análisis
<p>1. ¿Considera que YouTube es una plataforma óptima para difundir la representación cultural e identidad ecuatoriana?</p> <p>YouTube es una plataforma que, al ser quizá una de las primeras que trasladó la idea de la comunicación y de la producción audiovisual al mundo digital, es como que la más versátil y la que más opciones brindaba, no solo a creadores de contenido, sino a incluso medios de comunicación.</p>	<p>Ventajas de YouTube: YouTube ha experimentado una transición notable en su comunidad, pasando de ser una plataforma netamente de entretenimiento a ser un espacio de conocimiento y cultura global.</p>	<p>Destaca a YouTube como una plataforma ideal para entretener y educar a las audiencias, es ideal para la divulgación de la cultura e identidad ecuatoriana y proyectar características tangibles e intangibles de diferentes zonas, retratando unas realidades poco conocidas.</p>
<p>2. ¿Cómo un youtuber debe equilibrar la producción de contenidos?</p> <p>YouTube tiene la capacidad de empezar a mover tu contenido en regiones. Entonces, si yo empiezo a generar contenido entretenido que, además, es educativo, esto lo proyecta, en diferentes zonas, por ejemplo, territoriales de ubicación geográfica.</p>	<p>Contenido Equilibrado: YouTube es un motor de búsqueda similar a Google, pero centrado exclusivamente en la difusión de información en formato audiovisual. Ante esta realidad, muchos jóvenes han encontrado en YouTube una oportunidad para combinar su pasión por la cultura o la ciencia.</p>	<p>Mantener un equilibrio en la producción de contenidos nacionales y publicitarios promueve el crecimiento de la comunidad y expande nuevas oportunidades para dar cobertura a nuevas comunidades. A demás que YouTube tiene múltiples ventajas para promover este contenido hacia todo el mundo.</p>
<p>3. ¿De qué manera podemos adaptar estos formatos hacia las nuevas narrativas audiovisuales?</p> <p>Ahora estamos hablando de que la concentración, la capacidad de mantener a una persona en profunda atención, especialmente en Internet, no es ni de dos minutos.</p>	<p>Nuevos formatos audiovisuales: Para el éxito de una estrategia transmedia, es crucial identificar a los principales medios involucrados en la difusión de contenidos</p>	<p>El usuario actual enfoca su atención muy rápido y desliza el contenido que no le interesa. YouTube no solo ofrece la oportunidad de consumir videos largos, sino que se adapta a narrativas mucho más cortas de 30-45 segundos, por lo que adaptarse a estos formatos permite llegar a una comunidad más amplia.</p>
<p>4. ¿Cuáles son los aspectos que un</p>	<p>Segmentación de contenidos: Las</p>	<p>Optar por una estrategia de</p>

<p>creador de contenido debería considerar al representar la cultura de un país en plataformas globales como YouTube?</p> <p>Cuando vemos el caso del Champ, por ejemplo, él es, aparte una persona que me inspira mucha naturalidad, él es un tipo relajado, es un tipo que además no utiliza cuestiones peyorativas, no hace juicios de valor, es muy respetuoso y eso no deja de ser divertido.</p>	<p>nuevas audiencias juegan un papel fundamental, ya que entender sus hábitos de consumo, es crucial para el éxito de una estrategia transmedia adecuada.</p>	<p>multicontenido, es una buena opción de crecimiento digital, abordar temas de deporte, cultura, educación y turismo proporciona un gran abanico de oportunidades. Por su parte este contenido debe ser creado con naturalidad, sin expresar juicios de valor siendo imparcial y mantener respeto sin manejar un lenguaje peyorativo.</p>
<p>5. ¿En contexto virtual, el Ecuador es representado correctamente hacia un público extranjero? Que el Ecuador este presente internacionalmente es muy positivo para nosotros ya que cuando visite estados unidos, la gente me preguntaba si Ecuador era una zona poco desarrollada, prejuicio claramente alejado de la realidad.</p>	<p>Percepción internacional: En promedio, el mundo pasa 7 horas aproximadamente al día en internet, enviando mensajes de texto, consumiendo videos en plataformas digitales</p>	<p>Determinar contenidos de calidad impacta positivamente en la percepción extranjera lo que conlleva a un crecimiento turístico significativo.</p>

Nota: Analizar de manera correlacional lo expuesto por el entrevistado y la recopilación de datos investigativos nos lleva a generar nueva teoría.

Fuente: Elaboración propia

María Belén Zambrano comienza reconociendo a Damián Bernal, conocido como "El Champ", como una figura pública cuyas producciones le parecen interesantes, resaltando su origen ecuatoriano. Aunque no sigue su contenido principalmente en YouTube, lo ha visto en plataformas como TikTok, indicando la capacidad de Bernal para adaptarse a múltiples redes sociales.

Zambrano describe a YouTube como una de las primeras plataformas en trasladar la comunicación audiovisual al mundo digital, ofreciendo versatilidad y opciones amplias tanto a creadores de contenido como a medios de comunicación. Resalta la calidad y fidelidad de los videos en YouTube, lo cual es apreciado no solo por el público general sino también por instituciones y productoras. Sin embargo, también menciona la invasión de publicidad en la plataforma, que ha llevado a la pérdida de seguidores iniciales.

Además, discute cómo los creadores de contenido en YouTube deben equilibrar entre contenido nacional, pautado y publicitario para alcanzar una audiencia más amplia, incluyendo otros países. YouTube permite segmentar el contenido por regiones geográficas, facilitando la captación de nuevos adeptos y marcas internacionales. Esto demuestra la capacidad de YouTube para expandir el alcance de los creadores ecuatorianos.

La entrevistada analiza cómo la atención del público en internet se ha reducido a 45 segundos, lo que ha impulsado el auge de formatos cortos como los videos de TikTok. Aunque YouTube tradicionalmente permitía videos más largos, la competencia con TikTok ha llevado a la plataforma a adaptarse a estos nuevos formatos cortos para mantener la atención del público.

Los desafíos para los edutubers y cultubers son amplios pues. Estos deben equilibrar la educación con el entretenimiento para mantener el interés del público. La entrevistada destaca a Damián el Champ como un ejemplo de creador que, a pesar de no utilizar lenguaje peyorativo ni juicios de valor, logra ser divertido y educativo, enseñando cosas nuevas a su audiencia.

Finalmente, Zambrano aborda cómo la representación cultural ecuatoriana en redes sociales es diversa y a menudo descontextualizada. Cada creador representa su propio entorno cultural, desde la costa hasta la sierra y la Amazonía. Esta diversidad muestra a nivel internacional una imagen rica y variada del Ecuador, aunque aún existen estereotipos y malentendidos sobre el país. Zambrano enfatiza la importancia de educar al público internacional sobre la verdadera naturaleza del Ecuador, más allá de los estereotipos.

3.1.3. Análisis de la entrevista con el antropólogo José Echeverría

Tabla 8.

Análisis de correlación simple de la entrevista 2

Pregunta	Aspecto	Descripción
1. ¿Cómo definiría la identidad cultural ecuatoriana en términos generales? Todo invasor elimina lo bueno y lo malo del conquistado. Entonces, en el caso de lo que hoy es Ecuador, los aborígenes trataron de conservar algunas de sus costumbres	Influencia colonial: Este desarrollo refleja tensiones entre la herencia colonial, las influencias europeas y la búsqueda de una identidad auténtica y propia.	Ecuador como país colonizado, mantiene influencia española como el idioma y la religión, esto transformo las costumbres y prácticas indígenas en Ecuador.
2. ¿Cuáles son los principales símbolos y prácticas que representa la cultura ecuatoriana? Hasta ahora, observamos una sobreimposición, por ejemplo, de nombres, apellidos. En el caso de la toponimia, se le puso el nombre de un... santo, santa o virgen, como San Miguel de Ibarra, todos los dos nombres son españoles. Osea, ellos no arrasaron con todo, sino que se aprovecharon para sus fines lo que les convenía. Lo que, cada comunidad tenía, porque ahora vemos casi una homologación, pues cada comunidad tenía ciertos	Evolución de la cultura ecuatoriana: Es en este proceso de construcción y deconstrucción de identidades, que las culturas ecuatorianas resurgen adaptando sus festividades y costumbres a las extranjeras, fragmentándose territorialmente en pueblos más pequeños, formando así la identidad regional	Ecuador sufrió una involución en sus procesos culturales, dejando atrás aspectos históricos de los nativos indígenas, en la actualidad estos aspectos han sido recuperados. El Ecuador reconoce su condición como un Estado Pluricultural y Multiétnico, comprometiéndose a preservar y fomentar el desarrollo de todas las lenguas presentes en su territorio, así como a proteger la identidad cultural de las diversas nacionalidades que coexisten en su interior

distintivos.

3. ¿Qué papel juegan las fiestas y celebraciones tradicionales en la construcción de la identidad ecuatoriana?

El tema de las festividades. Ellos trataron de manifestar este tema del Inti Raymi y lo transformaron, digamos, en el San Juan. Claro, en todas las manifestaciones culturales hay la imposición de algún rasgo católico.

4. ¿Qué significados específicos se asocian con símbolos de vestimenta y si vale la pena conservarlos?

El poncho, En Otavalo, por ejemplo, se le llamaba de dos caras o poncho de castilla, que era el más caro, digamos, el mejor elaborado, y que utilizaban la elite indígena, los que tenían dinero, porque era una prenda muy cara.

5. ¿Qué influencia tiene la globalización en la preservación de la cultura ecuatoriana?

las vestimentas eran una manera de burlarse de los españoles. Entonces los pantalones eran de colores y bombachos. En cambio, ahora se ha impuesto, por ejemplo, el zamarro, que era vestimenta más bien de los páramos, no tanto de baile. Está la revista en Cotacachi y en Otavalo también, el uso de esos sombrerozcos que parecen de Halloween. Es una imposición, o sea, no hay nada original, ni de continuación ancestral.

6. ¿Qué rol juega el sistema educativo para la preservación de la cultura?

El sistema educativo debería ser uno general, tratando de crear este individuo ecuatoriano, entre comillas, y al mismo tiempo respetar las individualidades, las singularidades de los grupos minoritarios.

Festividades: Todo este conjunto de modos de vida, son formas de representar la autenticidad de una sociedad, refiriéndose al uso del lenguaje para expresar realidades con un significado, vestimenta, danza y música son aspectos propios de las festividades de todo pueblo.

La conservación de la cultura ecuatoriana: Está garantizada por la Constitución del Ecuador, que asegura el derecho de los pueblos a preservar, desarrollar y fortalecer su identidad y tradiciones en los ámbitos espiritual, cultural, lingüístico, social, político y económico.

Influencia de la globalización: En el Ecuador, Mediante la comunicación digital, se ha visibilizado problemáticas sociales, educativas, culturales, de salud, seguridad, entre otras, de cada individuo, grupo o comunidades influenciada por narrativas extranjeras.

Inclusión del sistema educativo: A pesar de que el Ecuador contempla una educación inclusiva, esta rara vez se adapta a lenguas nativas del país.

Las fechas importantes de Ecuador sobrevivieron a pesar de la sobre imposición cultural adoptando nombres de santos.

Determinar la importancia de conservar aspectos culturales como la música, vestimenta es esencial para preservar la identidad cultural ecuatoriana.

La modernidad y la globalización han llevado a una creciente influencia extranjera en la cultura ecuatoriana lo que conlleva a un riesgo para la preservación de aspectos culturales propios.

La educación juega un rol fundamental en la creación de identidades, la misma debe ser inclusiva e integrar lenguas y culturas indígenas.

Nota: Analizar de manera correlacional lo expuesto por el entrevistado y la recopilación de datos



investigativos nos lleva a generar nueva teoría.

Fuente: Elaboración propia.

La entrevista con el antropólogo José Echeverría aborda la compleja evolución de la identidad cultural ecuatoriana bajo el impacto de la colonización. Echeverría proporciona una perspectiva profunda sobre cómo la colonización modificó y transformó las costumbres, símbolos y prácticas de las comunidades indígenas en Ecuador, Centrándose en la preservación de la identidad cultural a través de la recuperación de toponimias, festividades y vestimentas tradicionales, así como en la influencia de las culturas extranjeras en la modernidad ecuatoriana.

Echeverría explica que la colonización trajo consigo una sobreimposición de elementos occidentales sobre las culturas indígenas, resultando en la modificación de símbolos y prácticas tradicionales. Los nombres de santos y vírgenes católicos reemplazaron los topónimos indígenas, y las festividades autóctonas como el Inti Raymi fueron transformadas en celebraciones católicas como San Juan. Esta imposición de elementos coloniales generó una mezcla de costumbres que persiste hasta hoy, reflejando una identidad híbrida.

El antropólogo enfatiza la importancia de recuperar y mantener los elementos originales de la cultura ecuatoriana. La recuperación de los nombres topográficos originales y el significado auténtico de las festividades es esencial para preservar la identidad cultural. Las vestimentas tradicionales también deben ser reevaluadas para distinguir entre elementos autóctonos y aquellos impuestos por los colonizadores. La universidad y otras instituciones juegan un papel crucial en esta recuperación a través de la investigación y la educación.

Además, Echeverría observa que la modernidad y la globalización han llevado a una creciente influencia de culturas extranjeras en Ecuador. Esta influencia se manifiesta en prácticas religiosas, modos de vida y preferencias culturales que a menudo desplazan los elementos tradicionales ecuatorianos. La adopción de idiomas extranjeros y la valoración de elementos culturales foráneos sobre los propios reflejan una tendencia hacia la globalización que desafía la preservación de la identidad nacional.

El sistema educativo ecuatoriano debería ser inclusivo y respetar la diversidad cultural del país. La implementación de modelos educativos que integren las lenguas y culturas indígenas es fundamental para fomentar la interculturalidad y asegurar la continuidad de las tradiciones ancestrales. La falta de interés en aprender idiomas indígenas, como el quichua, y la preferencia por modelos educativos extranjeros dificultan la preservación de la identidad cultural.

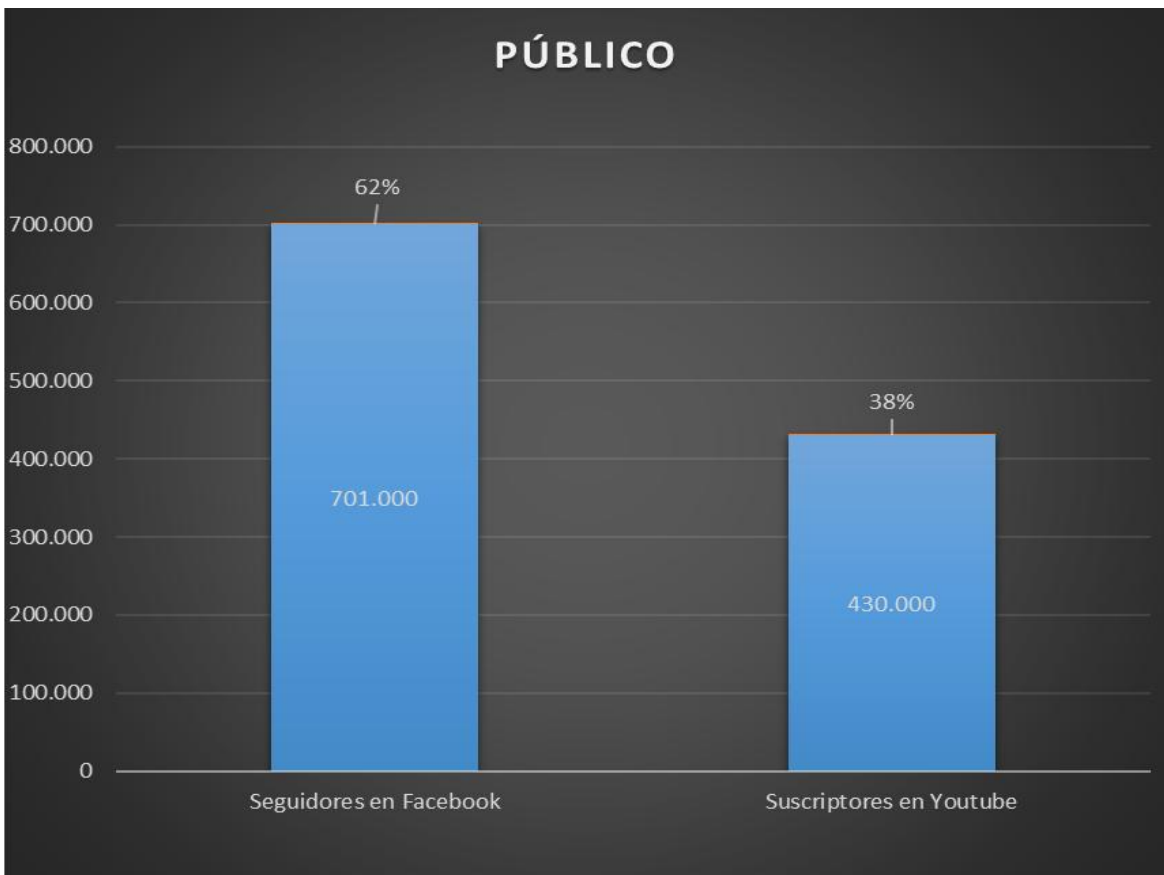
3.2. Análisis cuantitativo de la matriz de análisis de contenidos

Para el levantamiento de la información se analizaron un total de 116 videos publicados en el año 2023 en las páginas oficiales de Facebook y YouTube de Damián Bernal “El Champ”. Los resultados fueron representados mediante gráficos estadísticos para facilitar la

interpretación y comprensión de los mismos llegando a resaltar 10 dimensiones trascendentales que arrojaron los resultados.

Gráfico 1.

Audiencia total (Público)



Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la gráfica se puede evidenciar que la plataforma que recoge mayor tráfico en sus contenidos es Facebook. A pesar de que en YouTube es la página que prioriza la publicación los videos originales, los mismos contenidos son posteriormente compartidos en su red social de Facebook, donde se ha presentado una mayor aceptación y crecimiento, alcanzando un 62% del total de sus seguidores a diferencia de YouTube que llega al 38%.

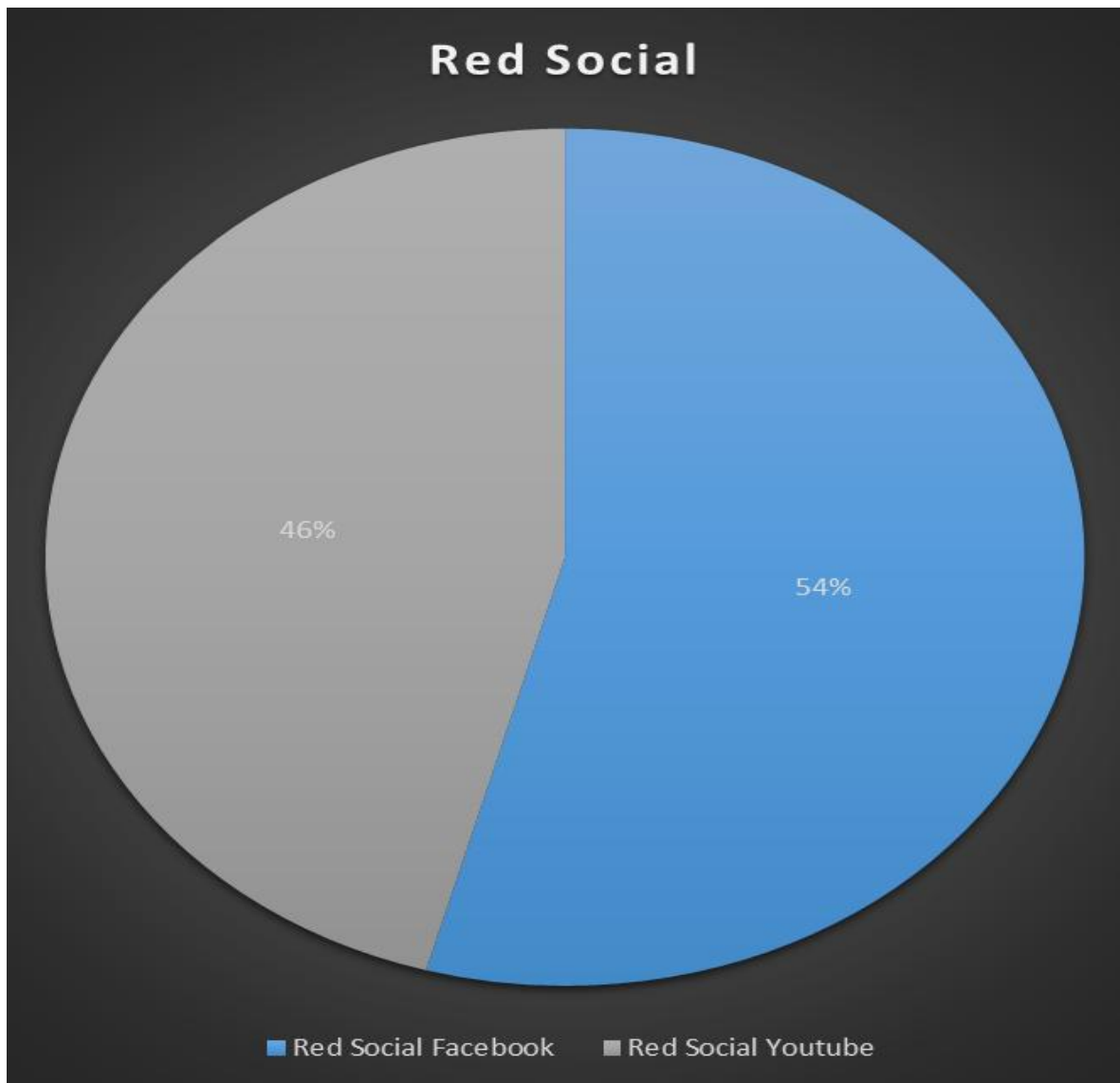
Este contraste también sugiere que, aunque YouTube actúa como el repositorio principal de los videos, es en Facebook donde se generan mayores niveles de engagement, lo que se debe al perfil demográfico de los usuarios y a la naturaleza del contenido que se adapta mejor a las dinámicas de esta red social. Sin embargo, esta dinámica también plantea una

oportunidad donde, YouTube puede convertirse en un espacio para fidelizar audiencias más comprometidas con la narrativa audiovisual, mientras que Facebook se mantiene como un canal clave de difusión masiva.

En términos de estrategia, estos resultados destacan la importancia de un enfoque complementario entre ambas plataformas. Facebook puede seguir siendo la puerta de entrada para captar nuevos seguidores y promover el contenido, mientras que YouTube se consolida como un espacio para el desarrollo de contenidos más profundos y especializados. Además, la diferencia en el alcance de ambas plataformas sugiere un potencial por explorar en el diseño de estrategias que incentiven a los seguidores de Facebook a suscribirse al canal de YouTube, fortaleciendo así el ecosistema digital de este creador.

Gráfico 2.

Publicación de Contenidos



Fuente: Elaboración Propia

De los 116 videos publicados en las 2 plataformas digitales, se demuestra que el caso de estudio, publica contenido exclusivo para Facebook, evidenciando su versatilidad para adaptar sus contenidos, lo que se ve reflejado en un incremento de videos dando un total de 54%. Por otro lado, YouTube concentra el 46% de los contenidos publicados, lo que indica un enfoque ligeramente menor en esta plataforma.

Estos datos destacan la importancia de mantener un equilibrio en la producción de contenidos entre ambas plataformas. Aunque Facebook lidera en volumen de publicaciones, YouTube sigue siendo fundamental como un archivo audiovisual que potencia la relevancia a largo plazo del contenido.

Gráfico 3.

País de origen de los videos



Fuente: Elaboración propia.

De los 116 videos analizados, se evidencia que la mayoría tiene un enfoque nacional, representando la cultura e identidad de Ecuador. Según la gráfica, el 71% del contenido publicado, equivalente a 82 videos, está relacionado directamente con temas ecuatorianos. Esto demuestra que "El Champ" prioriza la representación cultural de su país natal, reafirmando su compromiso con la difusión de las tradiciones, costumbres y valores ecuatorianos.

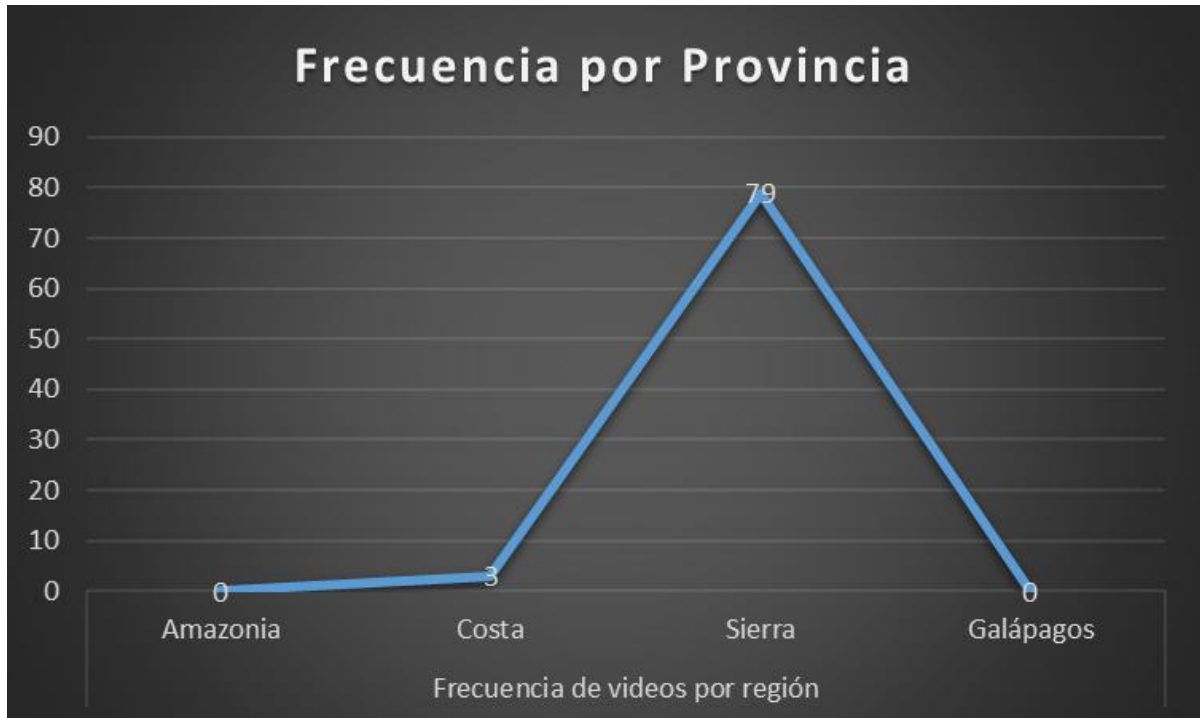
Por otro lado, el 29% del contenido, correspondiente a 34 videos, tiene un enfoque internacional. Este porcentaje revela una intención clara de Damián Bernal de expandir su alcance más allá de las fronteras ecuatorianas, buscando captar la atención de audiencias internacionales. Este enfoque estratégico no solo diversifica su público, sino que también posiciona su contenido en un contexto global, promoviendo un intercambio cultural y

fortaleciendo su presencia en otros países.

La distribución del contenido pone en manifiesto que mientras la mayoría de sus esfuerzos del youtuber se centran en resaltar y preservar la identidad ecuatoriana, el creador también busca trascender fronteras, ampliando su influencia y adaptándose a un público más diverso. Mantener esta estrategia entre lo local y lo global amplía su alcance y también refuerza la relevancia de su mensaje cultural en distintos contextos.

Gráfico 4.

Frecuencia de videos por Región



Fuente: Elaboración propia.

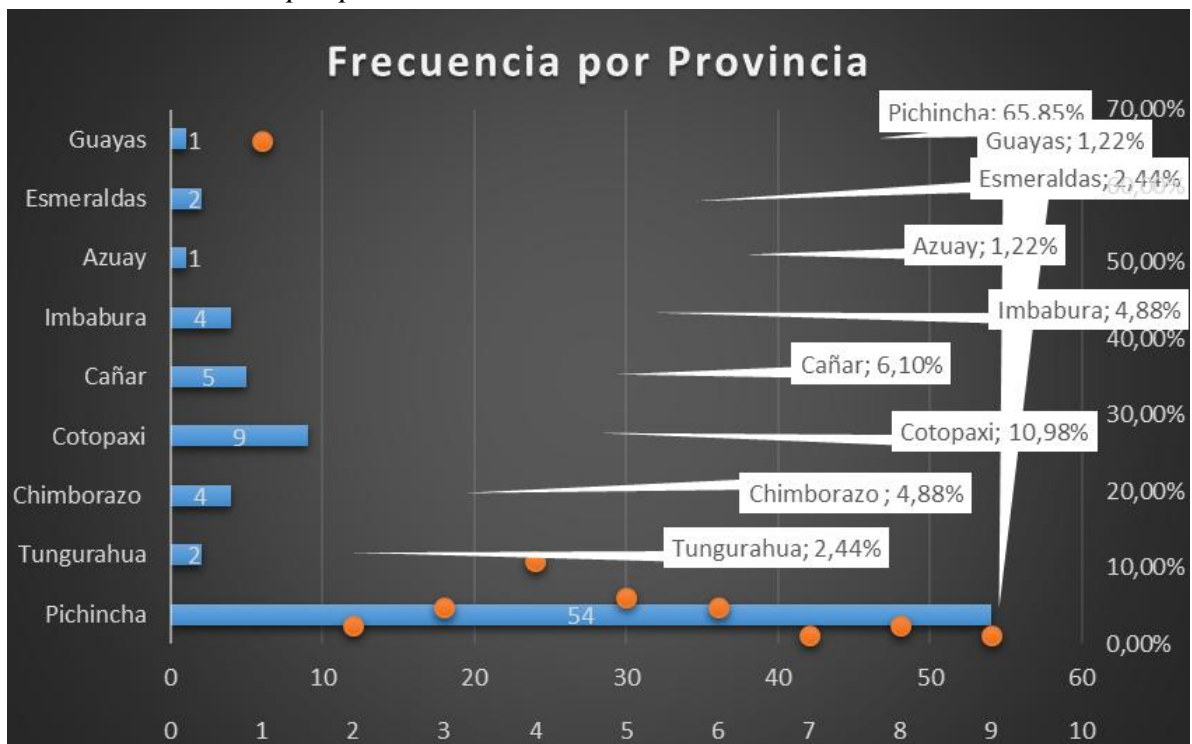
Según los datos reflejados en la gráfica, se observa que Damián Bernal presenta una notable disparidad en la representación de las diferentes regiones del Ecuador en sus videos. La Sierra destaca como la región más frecuentada, acumulando un total de 79 videos. Este enfoque podría deberse a la riqueza cultural y patrimonial de la Sierra, que ofrece un amplio abanico de contenido para resaltar la identidad ecuatoriana.

En contraste, otras regiones como la Costa tienen una representación significativamente menor, con apenas 3 videos realizados. Aún más notable es la ausencia total de contenido relacionado con las provincias de la Amazonía y Galápagos. Esta falta de equilibrio sugiere que ciertas regiones del país han quedado subrepresentadas en su narrativa audiovisual, lo

que podría limitar el alcance de su mensaje como embajador cultural.

Es importante minimizar esta disparidad de contenidos visibilizando aspectos culturales que no se han representado en estas regiones para llegar a un equilibrio, explorando las particularidades culturales, históricas y naturales de las regiones menos representadas. La Amazonía, por ejemplo, ofrece un ecosistema único y una riqueza cultural indígena que podría aportar valor y frescura a su propuesta de contenido. Del mismo modo, las Islas Galápagos, reconocidas a nivel mundial, podrían servir como un atractivo para una audiencia tanto nacional como internacional.

Gráfico 5.
Frecuencia de videos por provincia



Fuente: Elaboración propia.

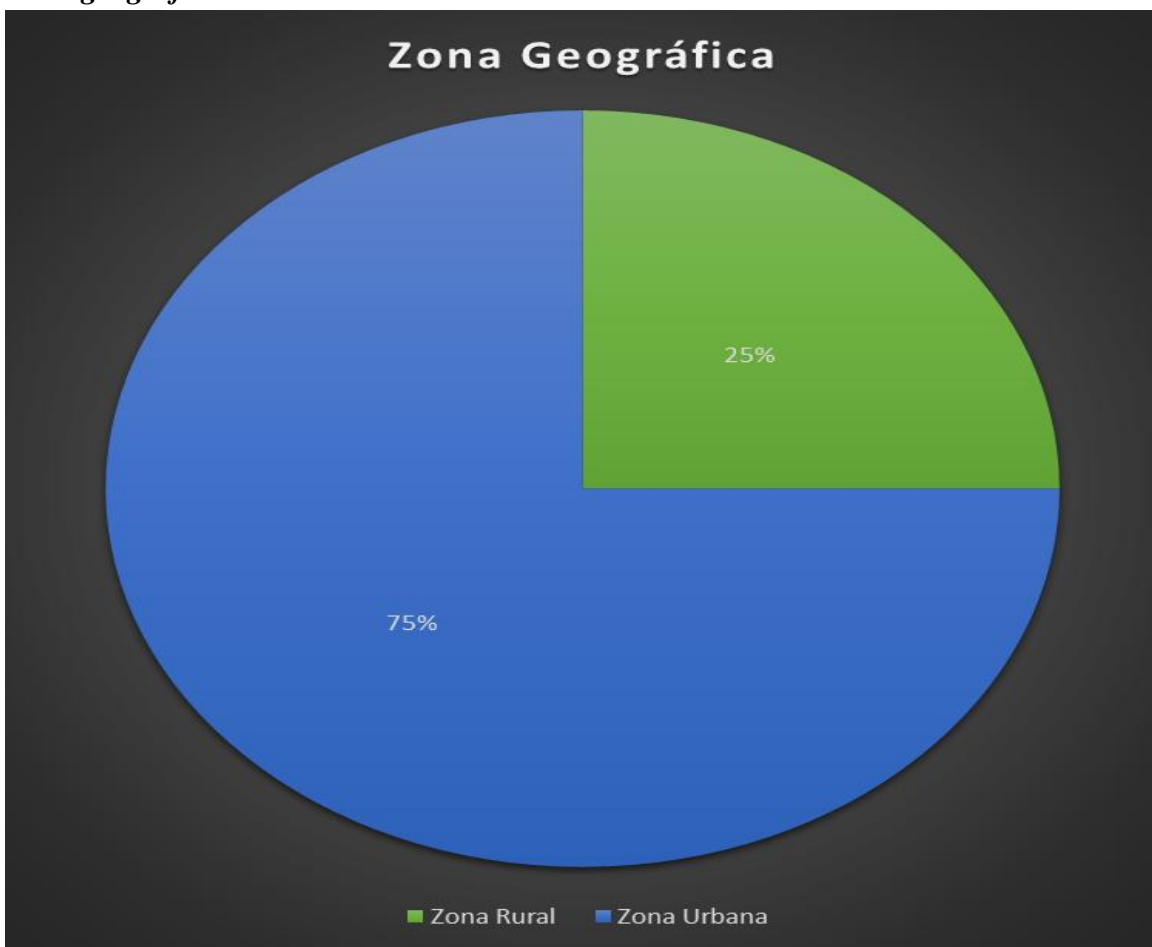
Al analizar la gráfica es evidente que los contenidos publicados por Damián Bernal se centran en las provincias de la región Sierra, principalmente en la provincia de Pichincha, provincia en la que actualmente reside el sujeto de estudio, teniendo un porcentaje total de 65,85% de los videos, le sigue la provincia de Cotopaxi con 11%, La provincia de Cañar con 6.1% videos, Imbabura y Chimborazo se ubican después con el 4,88% cada una.

Esto hace alusión una segmentación específica de sus contenidos puesto que “El Champ” retrata en su mayoría las culturas indígenas de la Sierra. Sin embargo, la necesidad de divulgar contenidos propios de la Amazonía, Región Costa y Galápagos, es latente, pues son zonas que necesitan cubrir su riqueza cultural e identidad propias, para realzar y proteger su autenticidad.

El contenido analizado demuestra que el contenido publicado por el youtuber privilegia la representación de las culturas indígenas de la Sierra, debido a su fuerte vínculo con la identidad cultural del Ecuador. Esto queda reflejado en la amplia cobertura de tradiciones, costumbres y paisajes característicos de estas provincias. Sin embargo, este enfoque temático pone de manifiesto una importante carencia en la representación de las otras provincias del Ecuador ya que, de las 24 provincias se retratan 9. Estas áreas, al igual que la Sierra, poseen un invaluable patrimonio cultural y natural que permanece prácticamente inexplorado en los contenidos de este creador.

Gráfico 6.

Zona geográfica



Fuente: Elaboración Propia.

Mediante esta ilustración podemos determinar que los videos publicados por Damián Bernal

son principalmente de zonas Urbanas cuyo porcentaje representa el 75% frente al de las zonas rurales que presentan un valor del 25%. Lo cual significa que el contenido rural no es una prioridad para el plan de contenidos propuestos, lo que representa una problemática de desigualdad frente a las zonas urbanas.

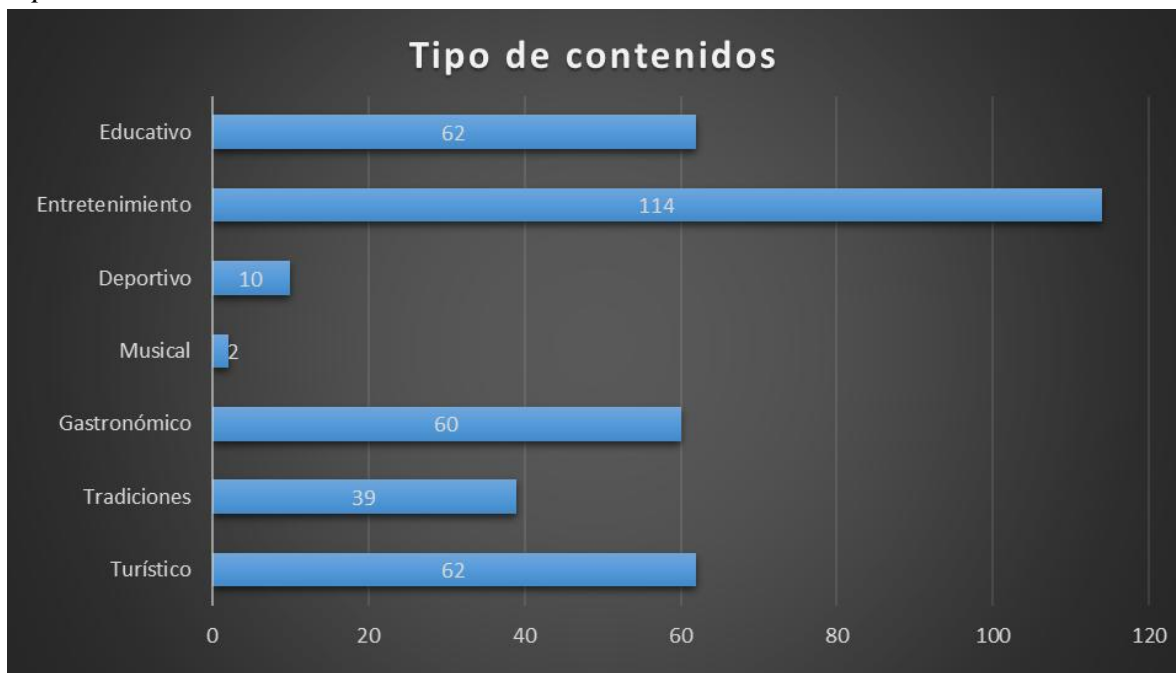
Este patrón sugiere una priorización de las dinámicas culturales, sociales y económicas propias de las ciudades, posiblemente debido a factores como la mayor densidad de población, la facilidad de acceso a infraestructuras y la concentración de eventos y actividades en entornos urbanos. Sin embargo, esta tendencia plantea una problemática de desigualdad en la representación de las realidades del país, pues las zonas rurales, a pesar de su menor porcentaje en la gráfica, son esenciales para comprender la diversidad cultural, histórica y natural del Ecuador.

Las áreas rurales son hogar de una rica herencia cultural, tradiciones ancestrales y paisajes únicos que forman parte fundamental de la identidad nacional. Ignorar o subrepresentar estas zonas en el contenido no solo perpetúa una visión limitada del país, sino que también contribuye a la no visibilización de las voces y narrativas de las comunidades que residen en estos espacios.

De igual manera, se evidencia la falta de equilibrio en la creación de contenidos rurales y urbanos propician la aparición de la segmentación de contenidos por ello, ampliar la cobertura hacia las áreas rurales permitirá destacar elementos como las prácticas agrícolas, tradiciones, festividades y costumbres propias de estos pueblos.

Gráfico 7.

Tipo de contenidos



Fuente: Elaboración propia.

La gráfica presentada analiza siete dimensiones de contenido que caracterizan los videos

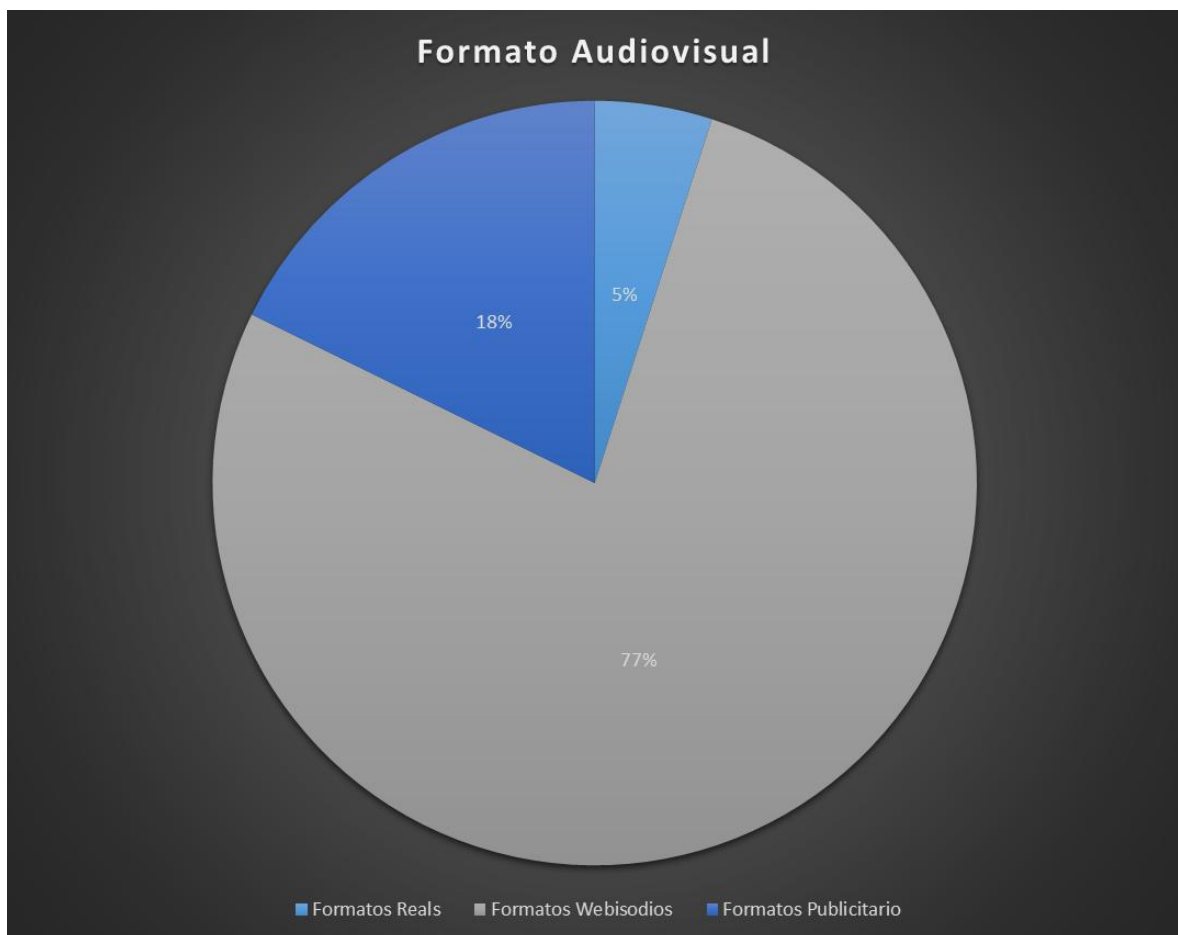
publicados por Damián Bernal en sus plataformas de Facebook y YouTube. Es evidente que el contenido de entretenimiento domina con un total de 114 videos, lo que representa una proporción significativa dentro de la propuesta general. Sin embargo, este predominio no compromete la calidad de los materiales producidos, ya que el entretenimiento se complementa con otros enfoques valiosos como el educativo (62 videos), turístico (62 videos), gastronómico (60 videos) y de tradiciones (39 videos). Estas características refuerzan un equilibrio entre entretenimiento y contenido culturalmente enriquecedor.

El enfoque educativo, que ocupa un lugar destacado junto al contenido turístico, demuestra que es posible captar la atención del público mientras se transmiten conocimientos significativos. Este aporte educativo no solo complementa el aspecto recreativo, sino que también eleva el valor del contenido al fomentar el aprendizaje sobre la diversidad cultural y geográfica del Ecuador.

Por otra parte, la presencia de contenido relacionado con tradiciones y gastronomía destaca el esfuerzo del creador por preservar y difundir aspectos esenciales de la identidad ecuatoriana. Este enfoque ayuda a visibilizar las costumbres locales, celebraciones y los sabores únicos de cada región visitada, promoviendo un sentido de orgullo cultural y atrayendo el interés tanto de audiencias locales como internacionales.

Gráfico 8.

Formato audiovisual



Fuente: Elaboración propia.



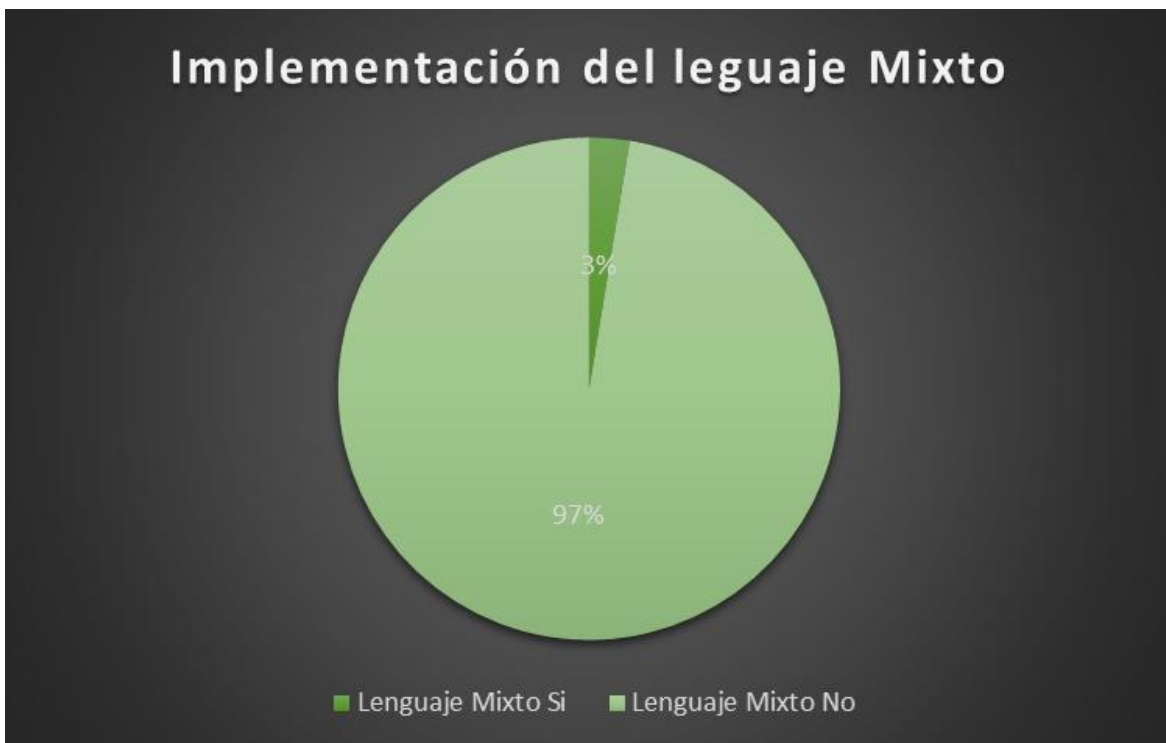
El gráfico refleja una marcada preferencia por el formato de Webisodio, el cual representa el 77% del contenido publicado por Damián Bernal en las plataformas de Facebook y YouTube, formato que esta adecuado a las oportunidades que estas plataformas brindan para los creadores de contenido. La duración superior a los 10 minutos y la narración en primera persona de vivencias cronológicas, se posiciona como el más utilizado. La elección de este formato responde a su idoneidad para documentar y preservar aspectos de identidad y cultura, garantizando que estas historias perduren en el tiempo y sean accesibles para futuras generaciones. Además, los Webisodios permiten un desarrollo narrativo más profundo y detallado, lo que los convierte en una herramienta ideal para conectar con la audiencia mediante contenido significativo y de alta calidad.

Los formatos publicitarios representan el 18% del contenido total. Este tipo de videos, usualmente financiados por empresas que buscan promocionar productos o servicios, señala una estrategia que combina la creatividad del creador con oportunidades de monetización. La menor proporción de contenido publicitario frente a los Webisodios evidencia que, aunque estos formatos generan ingresos, no comprometen la libertad creativa del youtuber, quien prioriza mantener el enfoque en la calidad y la autenticidad de su propuesta principal.

Por último, los Reels o Shorts, que son videos de corta duración (de hasta un minuto), constituyen apenas el 5% del total de los formatos utilizados. Aunque esta cifra es significativamente menor, refleja un uso estratégico de este tipo de contenido para atraer la atención inmediata de la audiencia. No obstante, la baja proporción de videos cortos podría interpretarse como una oportunidad de diversificación para captar a públicos más jóvenes o con hábitos de consumo rápido, especialmente considerando la creciente popularidad de estos formatos en redes sociales.

Gráfico 9.

Implementación de lenguaje multicultural y plurinacional



Fuente: Elaboración propia

Damián Bernal al retratar en su mayoría la representación cultural de la región Sierra, cuya población indígena es la quichua, debería enfatizar sus contenidos en un tipo de lenguaje mixto en el que predomine el castellano y el quichua con el objetivo de preservar un idioma propio del Ecuador que poco a poco ha ido desapareciendo. Es claro que los videos no mantienen un lenguaje mixto en un 97% frente a un 3% de videos que si tienen un lenguaje mixto.

La ausencia de un lenguaje mixto en la mayoría de los videos sugiere una desconexión entre el contenido producido y las prácticas culturales de las comunidades indígenas. Este aspecto podría ser un punto crítico a considerar en la planificación futura del creador, dado que el quichua es más que un medio de comunicación: es un vehículo de transmisión de cosmovisiones, tradiciones y conocimientos ancestrales que enriquecen la identidad nacional.

Adoptar un enfoque más inclusivo que integre el quichua en los videos no solo enriquecería la narrativa cultural, sino que también fortalecería el vínculo entre el creador y las comunidades que retrata. Además, permitiría a las audiencias acceder a una representación más genuina de la riqueza cultural de la región Sierra, promoviendo un mayor reconocimiento del idioma en un contexto mediático donde actualmente es subrepresentado.

Gráfico 10.

Simbología ecuatoriana



Fuente: Elaboración Propia

Mediante el análisis de esta ilustración es claro que Damián Bernal utiliza simbología ecuatoriana en el 83% de sus videos, como elementos como: el poncho, la máscara de diablo Huma y el sombrero de paja toquilla, sin embargo, estos elementos son únicamente de la sierra ecuatoriana, mientras que en el otro 17% de sus videos, “El Champ” no presenta simbología alguna.

Sin embargo, un aspecto importante que se desprende del análisis es que la simbología utilizada está exclusivamente ligada a la Sierra ecuatoriana, mientras que otras regiones como la Costa, la Amazonía y Galápagos no están representadas a través de sus propios elementos culturales distintivos. Este sesgo territorial puede ser interpretado como una oportunidad para ampliar la narrativa y enriquecer los contenidos con un enfoque más inclusivo y diverso, que abarque la riqueza simbólica de todo el Ecuador.

En el otro 17% de los videos, el creador no utiliza simbología alguna, lo que podría reflejar una intención de diversificar sus contenidos o de explorar narrativas más generales. Sin embargo, esta ausencia también podría interpretarse como una oportunidad perdida para integrar elementos culturales que refuercen la identidad ecuatoriana y conecten a las audiencias con las tradiciones de las diferentes regiones del país.

Tabla 9.

Feedback en Facebook

Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me entristece	Me asombra	Me enoja	Comentarios
462 938	74 724	18 601	4716	1567	310	24 050

Fuente: Elaboración propia.

Este apartado muestra como la interacción de los seguidores de nuestro objeto de estudio manifiestan una interacción positiva en la publicación de los videos mostrando un rechazo mínimo por parte de los *viewers*. El total de me gustas es de 462 938 mientras que el total de me enojas muestra un total de 310.

Tabla 10.

Feedback YouTube

Me gusta	No me gusta	Comentarios
197 894	5001	20 164

Fuente: Elaboración propia.

En la plataforma de YouTube el fenómeno de interacción de los videos se repite con respecto a los datos obtenidos de Facebook. Los datos arrojan una interacción más clara donde el total de me gustas supera de manera abismal al total de no me gustas en los videos publicados en un año por el youtuber Damián Bernal.

Figura 7.

Formato de imágenes



Fuente: Red social YouTube de Damián Bernal

En este apartado vemos un formato acorde con las imágenes de portada de los videos de Damián Bernal, esta es una herramienta clave para generar engagement en los usuarios a fin que reproduzcan el video, la tendencia se repite en todos los 116 videos analizados.

Figura 8.

Interacción en comentarios

			provincias que tiene el Ecuador solamente se visitan 9 provincias, este fenómeno indica que para representar la cultura de un país multicultural y plurinacional como es Ecuador se deben abordar las demás regiones
Zona Geográfica	Videos Nacionales: 71% Videos internacionales: 29%	Zona Rural: 25% Zona Urbana: 75%	Los indicadores muestran una clara prioridad en retratar realidades nacionales junto con una preferencia por visitar contenidos de zonas urbanas de fácil acceso.

Nota: El análisis de estas variables es correlacional, los datos cuantitativos son interpretados cualitativamente para hallar conclusiones.

Fuente: Elaboración propia.

3.4. Discusión

En 2025, la evolución del consumo de contenidos tiene una correlación con el adelanto de la tecnología, en especial en un contexto globalizado marcado por la era de la información y el conocimiento. Este escenario nos lleva a reflexionar sobre el cómo divulgar contenidos culturales y educativos en un mundo cada vez más influenciado por la convergencia cultural, que impacta un país. Surgen preguntas clave, como: ¿Qué herramientas son más tanto en la percepción de la cultura ecuatoriana como en la construcción de una identidad propia basada en el sentido de pertenencia de efectivas para enseñar y aprender en este entorno? ¿Cómo se puede fortalecer la identidad cultural ecuatoriana a través de contenidos educativos? ¿Qué formatos audiovisuales son más atractivos y efectivos para divulgar la cultura de manera inclusiva y dinámica? ¿De qué manera las narrativas transmedia pueden servir para conectar tradiciones y valores culturales con audiencias globales? Estas interrogantes impulsaron este estudio académico, enfocado en el contenido divulgado por Damián Bernal, uno de los youtubers con mayor audiencia en Ecuador que retratan videos educativos de una manera divertida e interactiva.

La investigación analizó el contenido digital difundido en YouTube y Facebook por Damián Bernal, reconocido youtuber ecuatoriano, para evaluar la representación cultural e identidad ecuatoriana en el año 2023. Los resultados demostraron varios fenómenos sociales, culturales y comunicacionales; se hallaron patrones evidentes de interacción y participación por parte de seguidores, evidenciando el impacto positivo en la representación cultural donde varios ecuatorianos se muestran identificados y orgullosos con este contenido; sin embargo, el análisis de datos cuantitativos de la investigación revela que la cobertura realizado en el territorio ecuatoriano es insuficiente para retratar un amplio abanico de culturas e identidades presentes en las 4 regiones del Ecuador, en su mayoría los territorios visitados son de la región Sierra, obviando contenidos de evidente representación cultural en las regiones de la Costa, Amazonia y Galápagos, siendo visitados entre los videos realizados zonas urbanas en su mayoría. Refiriendo al objetivo específico uno de la investigación, que determina si el contenido difundido por el youtuber en el año 2023 se centra en difundir culturas, tradiciones de los pueblos ecuatorianos; nos muestra, que no hay una democratización de contenidos en la totalidad del territorio, el contenido debe mantener su estilo de originalidad, pero a su vez equilibrar los videos hacia todas las provincias del Ecuador y de ser el caso incrementar la frecuencia de publicación de videos.

En este contexto se determinó que la cantidad de contenido publicado por el creador es mucho más representativa en las provincias de la Sierra, esto se evidencia en el uso constante de simbología propia de esta región. Sin embargo, la limitada inclusión del Kichua lengua representativa de la mayoría de pueblos y nacionalidades indígenas, plantea una desconexión entre la narrativa visual y la realidad cultural de estas zonas, el hecho de que el idioma Kichua esté presente solamente en el 3% de sus videos publicados subraya una oportunidad desaprovechada para fomentar el uso y la preservación de un idioma ancestral que está en peligro de desaparecer. Esta falta de diversidad lingüística también refleja un reto mayor en términos de compromiso con la autenticidad cultural. Incluir el Kichua fortalecería la conexión con las comunidades representadas y también posicionaría los videos como una herramienta para la educación y la sensibilización hacia la diversidad lingüística del Ecuador. Mantener la incorporación de lenguaje mixto entre el castellano y el Kichua es una estrategia que, además de enriquecer los contenidos, aportaría al rescate de un patrimonio cultural.

Por su parte la implementación de simbología, como imágenes y vestimenta como el sombrero, la máscara de *diablo huma* y el poncho, propios de la cultura de la Sierra ecuatoriana, está presente en el 83% de los videos. Sin embargo, este enfoque refleja una narrativa incompleta pues no visibiliza otros elementos culturales de regiones como la Costa, el vestuario afroecuatoriano, los bailes tradicionales y otros elementos asociados con el mar son características únicas que enriquecen el contenido multicultural. En la Amazonía, el uso de coronas de plumas, cerbatanas y otros objetos ceremoniales representan una ventaja cultural hacia las tradiciones ancestrales de esta región, mientras que Galápagos ofrece una



combinación singular de cultura mestiza y biodiversidad que no ha sido explotada, puesto que su biodiversidad y actividades turísticas lo hacen un atractivo turístico para el público nacional y extranjero.

Este desequilibrio plantea la necesidad de aplicar una estrategia de comunicación que vincule a más creadores de contenido que sean originarios de estas zonas, esto fomenta la incorporación de elementos culturales de las distintas regiones y fortalecería la narrativa y permitiría que el público obtenga una perspectiva más integral del país.

Respecto al objetivo dos dirigido directamente a evaluar aspectos de la narrativa transmedia presentada en los videos publicados, muestran claramente que formatos audiovisuales tales como el webisodio sobresalen con el 77% de los videos, esto retrata un claro interés por explorar historias culturales con mayor profundidad, este enfoque ha resultado efectivo para atraer y entretener a audiencias interesadas en contenido educativo y cultural.

Las narrativas más cortas como reels o shorts, muestran que no son las preferidas por el youtuber siendo a penas del 5%, esto limita el alcance hacia públicos que prefieren consumir contenido ágil y adaptado a las tendencias de consumo actuales. Estos formatos breves son más populares entre las generaciones más jóvenes, su integración en el plan de contenidos puede diversificar la audiencia y ampliar el impacto de los videos. Estos formatos no necesariamente deben ser una réplica de los webisodios, sino que pueden funcionar como complementos que resalten aspectos puntuales para generar engagement y que las nuevas audiencias visiten las narrativas más largas, ofreciendo una puerta de entrada al contenido más profundo.

Los formatos publicitarios, que representan el 18% del contenido, evidencian que el creador ha logrado generar ingresos sin comprometer la calidad ni el propósito cultural de los videos. Esto es particularmente significativo, ya que muestra que es posible monetizar contenidos educativos y culturales, algo que contrasta con la tendencia predominante de priorizar contenido superficial en el ámbito de los influencers ecuatorianos.

A diferencia de otros creadores de contenido que centran su estrategia exclusivamente en el entretenimiento superficial, Damián Bernal logra articular esta dimensión con una fuerte variedad de contenido diverso, con opciones de contenido de entretenimiento, deportivo, turístico, gastronómico y educativo, que incrementa la recepción de contenidos por más público que se muestra identificada con aspectos culturales representativos que a su vez son emitidos con un estilo natural y respetuoso. Este enfoque de entretenimiento cultural no solo capta la atención de la audiencia, sino que también fomenta una conexión más profunda con las raíces culturales del Ecuador. Por ejemplo, los videos que abordan la gastronomía, las tradiciones y el turismo local permiten a los espectadores experimentar de manera virtual las particularidades de las comunidades representadas, promoviendo un sentimiento de orgullo y pertenencia.

En términos de audiencia, Facebook se consolida como la plataforma principal, con un 62% del total de seguidores, mientras que YouTube representa el 38%. Esto pone en evidencia que, aunque YouTube es la base para la publicación original de videos, Facebook desempeña un papel crucial como canal de distribución masivo. Este dato también se correlaciona con el enfoque de exclusividad de contenido para Facebook, donde se publica el 54% de los videos, superando ligeramente a YouTube (46%). Esto refuerza la idea de que Damián Bernal utiliza diferentes plataformas de manera estratégica, adaptando su contenido para maximizar el alcance y la interacción con su audiencia.

Referido al objetivo tres el cual analiza los comentarios y el feedback de la audiencia en los videos culturales difundidos demuestra que la cantidad de aceptación por reacciones; likes, me gusta me encanta, me divierte, me asombra, etc., refleja que el público disfruta en un 99% el contenido propuesto por Damián Bernal frente a un 1% de la audiencia que muestran desagrado al ver el contenido, en este contexto, los comentarios también reflejan esta tendencia.

El feedback positivo en los comentarios respalda esta tendencia, destacando que los usuarios no solo aprecian el contenido, sino que también interactúan activamente con él. Expresiones de orgullo cultural, agradecimiento y reconocimiento son frecuentes en las publicaciones, lo que demuestra que los videos cumplen una función importante en la difusión y preservación de la identidad cultural ecuatoriana. Esta interacción no solo fortalece la relación entre el creador y su audiencia, sino que también fomenta la creación de una comunidad digital comprometida que respalda y amplifica el alcance del contenido.

El impacto de esta aceptación positiva se extiende más allá de las métricas inmediatas de engagement. Los resultados sugieren que el enfoque narrativo y temático de los videos, centrado en la representación cultural y educativa, ha logrado posicionarse como un referente dentro de un panorama digital donde el contenido superficial y banal a menudo predomina. Esto no solo valida la estrategia de contenidos de Damián Bernal, sino que también subraya la importancia de propuestas que, además de entretener, contribuyan al enriquecimiento cultural y educativo de las audiencias.

No obstante, el 1% de desagrado, aunque minoritario, representa una oportunidad para reflexionar sobre posibles áreas de mejora. Las críticas o la falta de conexión de ciertos espectadores podrían estar vinculadas a preferencias individuales o a la percepción de que algunos contenidos no logran incluir otras perspectivas culturales más amplias. Este punto invita a considerar la diversificación de los temas abordados, así como la inclusión de elementos culturales representativos de regiones menos visibles, como la Amazonía, la Costa y Galápagos. Ampliar la narrativa hacia estas áreas podría no solo reducir el nivel de desagrado, sino también incrementar el alcance y la profundidad de la propuesta.

Tabla 12.

Evaluación de hipótesis

Hipótesis	Cumplimiento de las Hipótesis
H1: El contenido de Damián Bernal retrata positivamente la cultura e identidad ecuatoriana.	RECHAZADA
H2: Damián Bernal prioriza videos de diversas culturas ecuatorianas por encima de videos internacionales. La narrativa audiovisual cumple con bases técnicas y especializadas.	APROBADA
H3: La plataforma de YouTube es la preferida por el ecuatoriano y la que más interacción genera.	RECHAZADA
H4: Los videos que tratan sobre la cultura e identidad ecuatoriana generan mayor cantidad de vistas y comentarios en comparación con otros contenidos de su canal.	APROBADA

Nota: Determinar si las hipótesis planteadas fueron cumplidas o rechazadas en base a la interpretación de datos cuantitativos y cualitativos.

Fuente: Elaboración propia.

H1. El contenido de Damián Bernal retrata positivamente la cultura e identidad ecuatoriana.

Según datos de la investigación, el youtuber ecuatoriano enfatiza solo contenido de la Sierra ecuatoriana durante el 2023, lo que deja de lado a las regiones Costa, Amazonía y Galápagos, mostrando una segmentación clara en la localidad de sus productos audiovisuales. Al ser Ecuador un país multicultural y plurinacional, las culturas de las diferentes regiones no están representadas. Este enfoque parcial no refleja la verdadera multiculturalidad de Ecuador, un país reconocido por su diversidad étnica y cultural (Esparza, Campoverde, & Correa, 2023).

El análisis de contenido muestra que mientras los videos sobre la Sierra presentan festividades tradicionales como la Fiesta de la Mama Negra y las celebraciones del Inti Raymi, hay una notable ausencia de representaciones de la cultura costeña, como las festividades del Carnaval de Guayaquil, o las tradiciones amazónicas como la Chonta y la Ayahuasca. Tampoco se observan videos que retraten la singularidad de las Islas Galápagos, conocidas no solo por su biodiversidad sino también por la cultura de sus habitantes, (Knapp, 1991).



Según (Rivera, 2020). La omisión de estas regiones no solo limita la comprensión de la identidad ecuatoriana a una visión parcial, sino que también podría perpetuar estereotipos y desigualdades entre las regiones. Ecuador, siendo un país plurinacional reconocido constitucionalmente, implica un compromiso con la representación equitativa de todas sus culturas. La falta de esta representación en los videos de Damián Bernal sugiere una necesidad urgente de diversificar el contenido para incluir a todas las regiones del país.

Es importante considerar que la segmentación del contenido puede deberse a diversas razones, incluyendo la accesibilidad geográfica, los recursos disponibles para viajar y la audiencia objetivo del canal. Sin embargo, para ofrecer una representación verdaderamente inclusiva y justa de la identidad ecuatoriana, es crucial que Damián Bernal expanda su enfoque para abarcar la rica y diversa cultura de todas las regiones del país.

H2. Damián Bernal prioriza videos originarios en Ecuador por encima de videos internacionales.

La hipótesis de que Damián Bernal prioriza videos originarios en Ecuador por encima de videos internacionales ha sido aprobada tras el análisis detallado de su canal de YouTube. La revisión del historial de publicaciones y la proporción de videos dedicados a temas nacionales versus internacionales muestra una clara inclinación hacia la producción de contenido centrado en Ecuador.

Los videos de Damián Bernal cubren una amplia gama de temas relacionados con Ecuador, desde festividades y eventos culturales hasta documentales sobre paisajes y prácticas tradicionales. Este enfoque no solo refleja su compromiso con la difusión de la cultura ecuatoriana, sino que también responde a las preferencias de su audiencia, mayoritariamente ecuatoriana. El análisis de datos de visualización indica que los videos sobre Ecuador tienden a recibir más vistas, likes y comentarios, evidenciando un mayor engagement por parte de los espectadores locales.

El énfasis en contenido nacional puede ser visto como una estrategia deliberada para diferenciar su canal en un entorno digital globalizado. En un mundo donde el contenido internacional está fácilmente disponible y a menudo domina las plataformas de medios sociales, centrarse en temas locales ofrece una propuesta de valor única, (Carrasco, 2019). Esto no solo atrae a una audiencia local que busca ver sus propias historias representadas, sino que también puede interesar a espectadores internacionales curiosos por aprender sobre la cultura ecuatoriana (Palma, 2018).

Además, la calidad y profundidad de los videos de Damián Bernal sobre Ecuador sugieren un alto nivel de investigación y producción. La narrativa audiovisual empleada en sus videos



demuestra una comprensión profunda y respeto por las tradiciones y realidades locales, lo cual es esencial para captar y mantener la atención de la audiencia. La autenticidad y el detalle en estos videos no solo educan y entretienen, sino que también fomentan un sentido de orgullo y pertenencia entre los ecuatorianos, (Arellano, 2014).

H3. La plataforma de YouTube es la preferida por el ecuatoriano y la que más interacción genera.

Aunque YouTube es una plataforma importante y ampliamente utilizada, el análisis de las métricas de Damián Bernal muestra que Facebook tiene un desempeño superior en términos de seguidores y alcance de sus contenidos.

A pesar de que los videos de Damián Bernal se publican inicialmente en YouTube, Facebook se ha convertido en la principal plataforma de interacción para su audiencia. Esto se refleja en el mayor número de seguidores y en el alcance de sus publicaciones en Facebook, que superan significativamente los de YouTube. La naturaleza interactiva de Facebook, con su capacidad para compartir fácilmente contenido, comentar y reaccionar, facilita una mayor participación de la audiencia (Parinata, 2021).

El éxito de Facebook como la plataforma dominante puede atribuirse a varios factores. En primer lugar, la demografía de los usuarios de redes sociales en Ecuador muestra una fuerte preferencia por Facebook, que es utilizada por una amplia gama de grupos de edad y perfiles socioeconómicos. Además, Facebook permite un enfoque más comunitario y personal en la interacción, lo que puede ser más atractivo para los usuarios que buscan conectar con contenido, (Reguillo, 2012).

H4. Los videos que tratan sobre la cultura e identidad ecuatoriana generan mayor cantidad de vistas y comentarios en comparación con otros contenidos de su canal.

El análisis cuantitativo de los datos de visualización e interacción en su canal de YouTube revela un claro patrón de preferencia por parte de la audiencia hacia los contenidos relacionados con la cultura nacional.

Los videos que destacan festividades tradicionales, gastronomía local, y celebraciones regionales ecuatorianas registran significativamente más vistas y comentarios que aquellos que abordan temas de otras culturas del mundo. Este fenómeno se atribuye a varios factores.



En primer lugar, la audiencia de Damián Bernal está compuesta en su mayoría por ecuatorianos, quienes encuentran en sus videos una fuente de conexión y reafirmación de su identidad cultural. Ver reflejadas sus costumbres y tradiciones en un medio popular como YouTube fomenta un sentido de pertenencia y orgullo nacional.

Además, la mayor interacción en los videos de contenido cultural puede estar impulsada por la relevancia y la resonancia emocional que estos temas tienen para la audiencia. Los seguidores no solo consumen pasivamente el contenido, sino que también participan activamente mediante comentarios, compartiendo sus propias experiencias y añadiendo valor a la conversación. Esta interacción no solo aumenta la visibilidad del video a través del algoritmo de YouTube, sino que también crea una comunidad en línea alrededor de la cultura ecuatoriana.

El éxito de estos videos también se atribuye a la calidad y autenticidad con que Damián Bernal presenta los temas como menciona María Belén Zambrano. Su enfoque en narrativas locales y la colaboración con personas y comunidades de diferentes partes del país aportan una autenticidad que resuena profundamente con los espectadores. Los comentarios positivos y las altas tasas de engagement indican que la audiencia valora estos aspectos y los encuentra más atractivos que los contenidos internacionales, que pueden no tener la misma relevancia emocional o cultural, (Legewie, & Nassauer, 2018).

CAPÍTULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- El análisis de la difusión de la representación cultural e identidad ecuatoriana en YouTube, en el caso de estudio de Damián Bernal, durante el año 2023, constató que la diversificación de contenido (educativo, de entretenimiento, deportivo, turístico, gastronómico) es una estrategia efectiva para retratar aspectos culturales propios del Ecuador y fomentar la identidad representativa de la sociedad. Sin embargo, debido a que Ecuador es un país multicultural y plurinacional, esta representación resulta compleja, ya que engloba múltiples culturas que requieren ser representadas de manera equilibrada en los medios. Esto favorece una visibilización equitativa de las diversas formas de expresión cultural distribuidas en las cuatro regiones del país: Sierra, Costa, Amazonía y Galápagos, logrando así reflejar la realidad multicultural y plurinacional del Ecuador.
- La comunicación digital es una disciplina en constante evolución. Las redes sociales cambian continuamente, y en este entorno, los actores de la red, como los prosumidores y consumidores de contenido, interactúan de manera más sencilla, rápida y diversa, generando una conexión fluida y directa con el creador de contenido. En este contexto, la capacidad de adaptarse a nuevas narrativas transmedia es una estrategia fundamental, ya que permite una mayor visibilización y facilita el alcance de un público no solo nacional, sino también internacional.
- El análisis de la narrativa transmedia en los videos publicados revela que formatos audiovisuales como el webisodio sobresalen en comparación con narrativas más cortas, como los reels. Sin embargo, el youtuber ha incorporado el reel como un nuevo formato, integrando en él una diversidad de contenidos que incluyen opciones de entretenimiento y promoviendo su propio material. Esto ha permitido incrementar la recepción de los videos y atraer a un público más amplio que se identifica con aspectos culturales representativos.
- El contenido cultural y educativo genera engagement, visualizaciones y retroalimentación positiva, resultando más atractivo en comparación con otros contenidos propuestos por el youtuber. Emplear un lenguaje adecuado, ser espontáneo, original y abstenerse de emitir juicios de valor son cualidades que atraen al público. Por el contrario, el uso de un lenguaje peyorativo y conflictivo no refleja los aspectos positivos propios de la cultura ecuatoriana.
- Los videos publicados por Damián Bernal utilizan simbología ecuatoriana, pero esta



se limita a retratar elementos exclusivos de la región Sierra, fortalecer este apartado incluyendo aspectos propios de otras culturas según el lugar en el que se realicen los videos es una estrategia que impulsaría el enriquecimiento de la representación cultural ecuatoriana.

- Implementar un lenguaje mixto, a modo de sub título, según el pueblo y nacionalidad indígena al que se visite, como el Kichua, favorece la preservación de esta lengua que está en peligro de desaparecer, a su vez que se fortalecen los procesos de identidad ecuatoriana.
- Con apenas el 3% de videos que utilizan un lenguaje multilingüe, es evidente la existencia de una limitación en la autenticidad de las narrativas culturales que representan las comunidades indígenas.



Recomendaciones

- Para mejorar la representación equitativa de las culturas de las cuatro regiones del Ecuador, se sugiere planificar campañas de contenido colaborativo con creadores locales de cada región. Esto asegurará una representación auténtica y diversa, ayudando a destacar elementos únicos de cada zona dentro del marco multicultural y plurinacional a su vez que incrementa el número de videos publicados.
- Es importante que el youtuber permanezca atento a las tendencias emergentes en las redes sociales y adapte sus estrategias de contenido a nuevos formatos interactivos, como los live, streams o la realidad aumentada. Esto le permitirá fortalecer su conexión directa con los prosumidores y ampliar su alcance internacional.
- Aunque los webisodios destacan como formato narrativo, se recomienda desarrollar una estrategia híbrida que combine la profundidad de los webisodios con la inmediatez de los reels. Esto puede incluir teasers o fragmentos de los webisodios diseñados específicamente para plataformas de consumo rápido como Instagram y TikTok, maximizando el impacto y la visibilidad.
- Para seguir generando engagement positivo, el creador debería realizar análisis constantes de su audiencia y adaptar el tono de sus contenidos según las preferencias de esta. Además, podría incorporar talleres o entrevistas breves con expertos en cultura ecuatoriana, reforzando su credibilidad y el valor educativo de sus videos mientras mantiene un enfoque respetuoso y constructivo.
- Incorporar de manera intencionada símbolos representativos propios de la cultura que se visite, para lograr una narrativa inclusiva y representativa de la riqueza cultural ecuatoriana.
- Implementar un lenguaje mixto, a modo de sub título, según el pueblo y nacionalidad indígena al que se visite, como el Kichua, favorece la preservación de esta lengua que está en peligro de desaparecer, a su vez que se fortalecen los procesos de identidad ecuatoriana.



REFERENCIAS

- Amayuela, G. (2017). Comunicación y su relación con la educación en el contexto universitario. *Alternativas Psicológicas*, 17, 8-19.
- Alonso, M. (2011). Televisión, audiencias y estudios culturales: reconceptualización de las audiencias mediáticas. *Razón y palabra*, 75.
- Aramendia, G. Z. (2020). *Fundamentos de marketing*. Editorial Elearning, SL.
https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=ZyH-DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=aramendia+2020&ots=pXDlmG_Llz&sig=CT8XdXwNSFSNxPZM0-XyfuR65Q
- Arellano, A. J. (2014). La densidad de población prehispánica durante el periodo de Integración (500-1500 dC) en las regiones interfluviales del norte de la Amazonía del Ecuador. *Indiana*, 31, 267-289.
- Buitrago, Á., Martín García, A., & Beltrán Flandoli, A. M. (2022). De 'youtubers' a 'cultubers'. Un fenómeno de divulgación académica, cultural y científica en YouTube. *index.Comunicación*, 12(2), 55-77.
<https://doi.org/10.33732/ixc/12/02Deyout>
- Burgess, J. (2012). YouTube and the formalisation of amateur media. In D. Hunter, J. Bilbao, & P. Escobar (Eds.), *Amateur media: Social, cultural and legal perspectives* (pp. 53-58). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203112021>
- Canaza-Choque, F. A. (2018). La sociedad 2.0 y el espejismo de las redes sociales en la modernidad líquida. *In Crescendo*, 9(2), 221-247.
- Canclini, N. G. (1997). Culturas híbridas y estrategias comunicacionales. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 3(5), 109-128.
- Castells, M. (1999). *La era de la información: economía, sociedad y cultura* (Vol. 1). Siglo XXI.
- Castells, M. (2001). Internet y la sociedad red. *La factoría*, 14(15), 1-13.
- Castells, M. (2006). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2015). *Redes de indignación y esperanza* (Vol. 1, pp. 1-13). Madrid: Alianza editorial.



- Carrasco Sánchez, D. L. (2019). *Diseño interiorista de la sala vip de la nueva ampliación del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre con una temática cultural de las regiones del Ecuador* (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2019).
- Chartier, R. (2021). *El mundo como representación: estudios sobre historia cultural*. Gedisa editorial.
- Cover, R. (2014). Becoming and belonging: Performativity, subjectivity, and the cultural purposes of social networking. In *Identity technologies: Constructing the self online* (pp. 55-69).
- De Friedemann, N. S. (1992). Huellas de africanía en Colombia: Nuevos Escenarios de investigación. *Thesavrus*, 47(3), 543-560.
- Del Prete, A., & Redon Pantoja, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 19(1), 86-96.
- Donath, J., & Boyd, D. (2004). Public displays of connection. *BT Technology Journal*, 22(4), 71-82. Disponible en <http://www.danah.org/papers/PublicDisplays.pdf>
- Duffett, M. (2013). *Understanding fandom: An introduction to the study of media fan culture*. Bloomsbury.
- Eco, U., & Vilanova, A. (2000). *Tratado de semiótica general* (pp. 461-p). In *Tratado de semiótica general*.
- Escobar, P., & Bilbao, J. (2020). Investigación y educación superior. Estados Unidos: MSC en Salud Pública. Obtenido de <https://books.google.es/books>.
- Esparza, K., Campoverde, K., & Correa-Quezada, R. (2023). Índice de Desarrollo de las Regiones de Ecuador. *Revista Economía y Política*, 37, 18-30.
- Forero Pineda, F. (2021). ¿Qué es alienación? Perspectivas para la actualización de un concepto del pensamiento social crítico. *Praxis filosófica*, 52, 203-224.
- Fuenzalida, V. (1987). La influencia cultural de la televisión. *Revista Diálogos de la comunicación*, 17(9).
- García Jiménez, A. (2016). Documental y narrativa transmedia. Estrategias creativas y modelos de producción.
- García, M. R. (2020). La noción de “comunicación” en algunos manuales de teorías de la comunicación en español. Exploraciones de un concepto polisémico y equívoco. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, 17.



- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*.
- González Carrión, E., Villegas Muro, A., Molina Benitez, J., Toapanta Mendoza, E., & Ocampo Jaramillo, M. (2023). Competencia mediática de los prosumidores emergentes: Revisión sistemática: Instagramers. *Polo del Conocimiento*, 8(2), 1392-1404. <https://doi.org/10.23857/pc.v8i2.5250>
- Hall, S. (1980). Codificar y decodificar. *Cultura, media y lenguaje*, 129-139.
- Hall, S. (2004). Codificación y descodificación en el discurso televisivo. *CIC. Cuadernos de información y comunicación*, 9, 215-236.
- Hernández Doria, C. A., Gómez Zermeño, M. G., & Arredondo, M. B. (2014). Inclusión de las tecnologías para facilitar los procesos de enseñanza-aprendizaje en ciencias naturales. *Actualidades investigativas en Educación*, 14(3), 230-250.
- Herrero, J. A., Martínez, P., & García, C. (2016). *La evolución del prosumidor en el ámbito digital*. Madrid: Editorial Universitaria
- Islas, O. (2004). Marshall McLuhan, 40 años después. *Chasqui. Revista latinoamericana de comunicación*, 86, 32-37.
- Jaeggi, R. (2014). *Kritik von Lebensformen*. Suhrkamp.
- Jenkins, H. (2003). *Transmedia Storytelling*. Retrieved 5 April 2020, from <https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Kingman Garcés, E. (1999). La identidad perdida de los ecuatorianos. *Íconos - Revista De Ciencias Sociales*, 7, 108–117. <https://doi.org/10.17141/iconos.7.1999.674>
- Knapp, G. (1991). *Geografía quichua de la sierra del Ecuador*. Ediciones Abya-Yala
- Legewie, N., & Nassauer, A. (2018). YouTube, Google, Facebook: 21st century online video research and research ethics. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, 19(3), 21.
- Luna, R. B. (2013). El concepto de la Cultura: definiciones, debates y usos sociales. *Revista de claseshistoria*, 2, 2.
- Mena Roa, M. (2021). <https://es.statista.com/grafico/17539/datos-creados-online-en-un-minuto/>
- Mentinno (2024) Ecuador Digital. https://prendho.com/wp-content/uploads/2024/04/Mentinno-Estado-Digital-Ecuador-Parte-2_-Redes-



[Sociales-en-Ecuador-Febrero-2024.pdf](#)

- Míguez, S. F., & Peñafiel, J. J. F. (2019). Emergencia de las mujeres indígenas en América Latina. Debates sobre género, etnicidad e identidad cultural. *Revista Chilena de Derecho y Ciencia Política*, 10(2), 53-96.
- McLuhan, M., & Powers, B. R. (2020). *La aldea global: transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*. Editorial Gedisa.
- McLuhan, M., Fiore, Q., & Agel, J. (1987). *El medio es el mensaje*. Paidós.
- McLuhan, M. (1998). *La Galaxie Gutenberg*. Círculo de lectores.
- Mora, G. A. (2016). Comunicación y su relación con la educación en el contexto universitario. Recuperado de:
[http://www.alternativas.me/attachments/article/119/Comunicaci% C3% B3n% 20y% 20su% 20relaci% C3% B3n% 20con% 20la% 20educaci% C3% B3n% 20en% 20el% 20contexto% 20universitario.pdf](http://www.alternativas.me/attachments/article/119/Comunicaci%C3%B3n%20y%20su%20relaci%C3%B3n%20con%20la%20educaci%C3%B3n%20en%20el%20contexto%20universitario.pdf).
- Morin, E., & Ruíz, J. L. S. (2005). *Con Edgar Morín, por un pensamiento complejo* (Vol. 22). Ediciones AKAL.
- Morin, E., Uría, R., & Bru, C. M. (1966). *El espíritu del tiempo: ensayo sobre la cultura de masas*. Taurus.
- Ortega, G. K. U. (2022). Del consumidor al prosumidor en la sociedad de la ubicuidad. *Revista Universitaria de Informática Runin*, 10(13), 82-89.
- Palacios, E. A. (2008). La televisión como espacio de socialización e interacción cultural. *Revista Comunicación*, 14(1), 72-85.
- Palma Henríquez, J. V. (2018). *Las regiones naturales* (Master's thesis, Universidad Nacional de Educación).
- Parinata, D. (2021). Pengaruh penggunaan aplikasi YouTube dan Facebook terhadap hasil belajar matematika. *Jurnal Ilmiah Matematika Realistik*, 2(1), 11-17.
- Pérez, C. (2014). Televisión, cultura y género. *Cuadernos de Comunicación*, 9(1), 103-119.
- Pérez, J., & López, M. (2020). El estudio de las audiencias en tiempos de convergencia mediática: Nuevas formas de consumir y producir contenidos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, 145-158.
- Pérez-Latorre, O. (2017). *La identidad cultural en los medios: La representación de la alteridad en el audiovisual*. Editorial Trotta.



- Perroni, F. (2018). El impacto de las nuevas tecnologías en los procesos educativos. *Revista de Innovación Educativa*, 4(2), 15-28.
- Pinto, J.L. (2015). Apreciaciones del concepto de imaginarios sociales. *Miradas*, 1(13), 150-159. <https://doi.org/10.22517/25393812.12281>
- Portela, M. (2019). *Identidades mediáticas y nuevas formas de comunicación*. Editorial Cátedra.
- Prensky, M. (2001). Nativos digitales, inmigrantes digitales. *On the horizon*, 9(5), 1-7.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- Reguillo, R. (2012). Navegaciones errantes: de músicas, jóvenes y redes: de Facebook a Youtube y viceversa. *Comunicación y sociedad*, (18), 135-171.
- Riffo-Pavón, I., Basulto, O., & Segovia, P. (2021). El estallido social chileno de 2019: un estudio a partir de las representaciones e imaginarios sociales en la prensa. *Revista Mexicana de Ciencias Sociales*.
- Rodríguez Palchevich, D. (2008). Nuevas tecnologías Web 2.0: Hacia una real democratización de la información y el conocimiento.
- Rodríguez-Serrano, A., García-Catalán, S., & Martín-Núñez, M. (2019). Estrategias narrativas audiovisuales de desinformación en YouTube de la nueva extrema derecha europea. *Profesional de la Información*, 28(3).
- Rodríguez, F. (2016). Cultura y medios de comunicación: El caso de los programas de entretenimiento en Ecuador. *Revista Comunicación y Sociedad*, 25, 44-55.
- Rodríguez, G. (2015). Los nuevos medios y la comunicación política: análisis de los efectos de las redes sociales en las campañas electorales. *Revista de Comunicación*, 12(3), 12-30.
- Ríos, M. (2018). El fenómeno de los "youtubers" y su impacto en los adolescentes. *Revista de Psicología*, 22(4), 61-73.
- Rivera, G. (2020). Fortalecimiento de la identidad cultural-gastronómica en la provincia de Los Ríos, Ecuador. *Revista Colón Ciencias, Tecnología y Negocios*, 7(1), 45-57.
- Ruiz Chagna, C. A. (2021). Modelo de Educomunicación Intercultural para la Formación de Emprendedoras (MEIFE) de la Provincia de Imbabura-Ecuador.
- Ruiz, J. (2013). *Televisión y cultura en la era digital*. McGraw-Hill.



- Sánchez, J. R. (2020). *El impacto de las redes sociales en la cultura juvenil*. Editorial UNAM.
- Sánchez, M. A. (2012). *El estudio de las audiencias y sus prácticas comunicativas*. Editorial Universitaria.
- Santos, B. de S. (2006). *La universidad en el siglo XXI: La globalización y su impacto en la educación superior*. Siglo XXI.
- Sarrica, M. (2017). El futuro de las audiencias en la era digital: Nuevas formas de consumo mediático. *Revista de Comunicación*, 9(6), 104-119.
- Secretaría Nacional de pueblos y nacionales indígenas (2022). Análisis preliminar CENSO 2022 con enfoque en Pueblos y Nacionalidades
[//efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.secretariapueblosynacionalidades.gob.ec/wp-content/uploads/2023/12/Presentacion-CENSO-2022-Pueblos-y-Nacionalidades.pdf](https://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.secretariapueblosynacionalidades.gob.ec/wp-content/uploads/2023/12/Presentacion-CENSO-2022-Pueblos-y-Nacionalidades.pdf)
- Sharma, R., & Hinojosa, M. (2019). *Transmedia y la representación de los jóvenes en los medios*. Editorial Universitaria.
- Silva Huertas, K. V. (2019). Historia local e identidad regional de los estudiantes del vi ciclo de la institución educativa Coronel Pedro Portillo Silva de Huaura, 2019.
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia storytelling: Implications for the New Media. *International Journal of Communication*, 3, 582–589.
- Scolari, C. A. (2014). *La narración transmedia: Nuevas formas de contar historias*. Gedisa.
- Smith, A. (2020). Social media and its role in shaping public opinion. *Journal of Media Studies*, 12(1), 45-61.
- Snyder, M. (2017). *The power of social media in shaping identity*. MIT Press.
- Solis, B. (2017). *La comunicación en tiempos de redes sociales*. Ediciones Roca.
- Suárez-Álvarez, R. Y García-Jiménez, A. (2021). Centennials en TikTok: tipología de vídeos. Análisis y comparativa España-Gran Bretaña por género, edad y nacionalidad. *Revista Latina de Comunicación Social*, (79), 1-22.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1503>
- Torres-Toukoumidis, A., & Santis-Piras, D. (2020). YouTube y la comunicación del siglo XXI. Ciespal(2009). The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (Well, Two Actually).
- Tufte, T. (2001). *Cultura y comunicación: Nuevas perspectivas*. Editorial Fontamara.



- UNESCO. (2005). *Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales*. París: UNESCO.
- Uribe, A. A. (2018). La nueva narrativa digital y su impacto en la construcción de identidades en la juventud. *Revista Comunicación y Sociedad*, 20(2), 100-114.
- Vásquez, C., & Morales, J. (2015). La influencia de YouTube en la cultura popular ecuatoriana. *Revista Ecuatoriana de Comunicación*, 21, 34-50.
- Vázquez Vela, F. J. (2011). La revolución digital y la sociedad de la información. *Questiones publicitarias: revista internacional de comunicación y publicidad*, n.º 16, pp. 140-143.
- Vila, E. (2009). *La narrativa transmedia y la construcción de identidades culturales*. Editorial Alianza.
- Warschauer, M. (2013). *Technology and society: A critical perspective*. University of Michigan Press.
- Zallo, R. (2003). El fenómeno de la convergencia mediática. *Revista Latina de Comunicación Social*, 9, 38-49

ANEXOS

Anexos 1.

Entrevista 1. Experto comunicación digital.

1. ¿Conoce al youtuber Damián Bernal “El Champ”?
2. ¿Considera que utilizar YouTube es una plataforma óptima para difundir la representación cultural e identidad ecuatoriana?
3. ¿Cuáles son los aspectos que un creador de contenido debería considerar al representar la cultura de un país en plataformas globales como YouTube?
4. ¿Qué nuevos formatos audiovisuales han surgido en la era digital?
5. ¿De qué manera podemos adaptar estos formatos hacia las nuevas narrativas audiovisuales?
6. ¿Cómo influyen las narrativas audiovisuales y técnicas en la efectividad de la representación cultural en YouTube?
7. ¿De qué manera la narrativa audiovisual puede ayudar a superar barreras culturales y llegar a audiencias internacionales?
8. ¿Qué características específicas debería contar los videos de "Damián El Champ" para conectar con su audiencia y transmitir aspectos culturales de Ecuador en sus contenidos?
9. ¿Qué papel juega la autenticidad y la originalidad en la difusión de la identidad ecuatoriana en YouTube? ¿Cómo lo aplica este creador?
10. ¿Qué impacto ha tenido "Damián El Champ" en la percepción global de la identidad ecuatoriana a través de su presencia en YouTube?
11. ¿En contexto virtual, el Ecuador es representado correctamente hacia un público extranjero?
12. ¿Cómo equilibra "Damián El Champ" entre preservar la autenticidad de la cultura ecuatoriana, contenido personal, contenido publicitario y el contenido de otros países?
13. ¿Cuál es la importancia de la colaboración con otros creadores y comunidades para fortalecer la representación cultural en YouTube?
14. ¿En contexto virtual, el Ecuador es representado correctamente hacia un público extranjero?



Anexos 2.

Entrevista 2. Experto en antropología.

1. ¿Cómo definiría la identidad cultural ecuatoriana en términos generales?
2. ¿Cuáles son los principales símbolos y prácticas que representan la cultura ecuatoriana?
3. ¿Cómo varían estos símbolos y prácticas entre las diferentes regiones del Ecuador?
4. ¿Qué papel juegan las fiestas y celebraciones tradicionales en la construcción de la identidad ecuatoriana?
5. ¿Podría explicar cómo se utilizan los símbolos culturales ecuatorianos en los medios de comunicación?
6. ¿Qué significados específicos se asocian con símbolos como el sombrero de paja toquilla, la chicha, o la danza del Inti Raymi en la cultura ecuatoriana?
7. ¿Cómo se han transformado estos símbolos con el tiempo, especialmente en contextos urbanos o globalizados?
8. ¿Qué diferencias observa en la representación de símbolos culturales ecuatorianos entre medios tradicionales y plataformas digitales como YouTube?





FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA (FECYT)

Anexos 3.

Matriz de análisis de contenido

Matriz de Análisis de contenidos																																				
Fecha	Red Social		Videos Nacionales		Internacional	Zonas		Tipo de contenido										Formato Audiovisual							Difusor	Copy	Comentarios	Lenguaje Mixto		Uso de Simbología						
	Facebook	Youtube	Provincia	Cantón		Rural	Urbana	Turístico	Tradiciones	Gastronómico	Musical	Deportivo	Intercultural	Educativo	Ricaz	Webicodio	Publicitario	Alcance	Me gusta	Me encanta	Me Divierte	Me entristece	Me enoja	Me asombra				Si	No	Si	No					
3-ene-23	0	1	Pichincha	Quito	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	195190	5.240	0	0	0	0	0	44	FINDE AÑO EN EQUADOR! me acordé de MIUDA	237	0	1	1	0					
8-ene-23	0	1	Tungurahua	Píllaro	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	181477	3210	0	0	0	0	0	0	7	La verdadera Diablada	139	0	1	1	0					
18-ene-23	0	1	Pichincha	Quito	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	420416	7387	0	0	0	0	0	0	190	Eppure 40 min para pr...	586	0	1	1	0					
25-ene-23	0	1	Pichincha	Quito	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	119747	3174	0	0	0	0	0	0	31	Prueba de la Piza de \$1	137	0	1	1	0					
23-ene-23	0	1	Pichincha	Quito	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	55971	1438	0	0	0	0	0	0	34	COMO POSTAMOS N	137	0	1	1	0					
6-feb-23	0	1	Pichincha	Quito	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	330763	7231	0	0	0	0	0	0	185	COMIDAS CALLEJER	473	0	1	1	0				
8-feb-23	0	1	Chimborazo	Riobamba	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	11145	2666	0	0	0	0	0	0	48	Vale la pena el HORNA	163	0	1	1	0					
12-feb-23	0	1	Chimborazo	Riobamba	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	15368	2984	0	0	0	0	0	0	15	Esta empresa ecuatori...	143	0	1	1	0					
16-feb-23	0	1	Pichincha	Quito	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	103393	3313	0	0	0	0	0	0	16	EL AJI ECUATORIANO	208	0	1	1	0					
19-feb-23	0	1	Cotopaxi	Salcedo	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	15186	2450	0	0	0	0	0	0	47	CHAMP	110	1	0	1	0				
8-mar-23	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	526303	12516	0	0	0	0	0	0	162	MIGRACION en USA	1534	0	1	0	1					
12-mar-23	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	84239	2448	0	0	0	0	0	0	29	Café de Zaramo triunfa	148	0	1	0	1					
15-mar-23	0	1	Pichincha	Quito	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	164386	5067	0	0	0	0	0	0	121	ENCUENTRA EL BOLI	480	0	1	1	0					
3-abr-23	0	1	Pichincha	Mujía	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	517655	12068	0	0	0	0	0	0	214	Un día como MILITAR	728	0	1	1	0					
3-abr-23	0	1	Cañar	Cañar	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	261632	3978	0	0	0	0	0	0	69	CHIVILES EN LEÑA	178	0	1	1	0				
13-abr-23	0	1	Pichincha	Quito	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	196963	3517	0	0	0	0	0	0	306	TUTU OUVAN BARATO	466	0	1	0	1					
23-abr-23	0	1	Pichincha	Quito	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	732968	13940	0	0	0	0	0	0	1994	CEWICHE PERUANO VS CEWICHE ECUATORIANO VS MICHANO I Cuzco	6558	0	1	1	0				
2-may-23	0	1	Pichincha	Quito	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	106325	2551	0	0	0	0	0	0	69	¿Cuál es PRIMERA CLASE para primera vez? ¿Vale la pena?	128	0	1	1	0				
4-may-23	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	12660	1775	0	0	0	0	0	0	0	59	La PRIMERA comida que debes comer en MENDO	76	0	1	1	0				
7-may-23	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	60433	1368	0	0	0	0	0	0	0	7	Prueba de tatar de OJO, SESOS, LENGUA, CABEZA en Micon...	63	0	1	1	0				
10-may-23	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	136742	4530	0	0	0	0	0	0	0	69	Prueba de los restaurantes de LUISITO COMUNICAI Un memo de cómo se prepar	254	0	1	1	0				
17-may-23	0	1	Pichincha	Quito	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	126072	4020	0	0	0	0	0	0	27	LEVE A UN GRINGO A COMER AL MERCADO!	201	0	1	1	0				
25-may-23	0	1	Imbabura	Pimampiro	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	122642	2429	0	0	0	0	0	0	0	22	¿CÓMO NACIÓ EL FÚTBOL ECUATORIANO?	128	0	1	1	0				
#####	0	1	Imbabura	Pimampiro	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	39858	2517	0	0	0	0	0	0	0	22	Una historia de ESCOLARIDAD El origen de la Afra Ecuatoriana	177	0	1	1	0				
31-may-23	0	1	Pichincha	Quito	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	248149	8091	0	0	0	0	0	0	0	73	MIGRAN FRACASO! Un p... me DURÓ para llegar al ERTO	1281	0	1	1	0				
4-jun-23	0	1	Azuay	Cuenca	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	105091	1632	0	0	0	0	0	0	0	14	Un hotel que seguramente ECUATORIANO	76	0	1	1	0				
8-jun-23	0	1	Pichincha	Quito	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	46684	2057	0	0	0	0	0	0	0	4	RECURSOS A RAYMITO	178	0	1	1	0				
18-jun-23	0	1	Cotopaxi	Pangua	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	22357	730	0	0	0	0	0	0	0	3	LANZAREMOS EL TRAGO del Ecuador! Tráiler	48	0	1	1	0				
21-jun-23	0	1	Pichincha	Quito	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	26746	837	0	0	0	0	0	0	0	0	1	Cómo pagar MENOS IMPUESTOS en Ecuador? ¿Por sí o For sí?	62	0	1	1	0			