



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA:

**TEMA: “ESTUDIO DE LA NARRATIVA Y CONTENIDO CULTURAL EN
TIKTOK, ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LAS PRESCRIPTORAS
ONLINE NANCY RISOL Y ÑUSTA PICUASI”**

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

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

AUTOR:

Ronnie Alexander Medina Narváez

DIRECTOR:

Manuel Alfredo Montúfar Flores

Ibarra – Ecuador 2025



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. 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:	2350606659		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Medina Narváez Ronnie Alexander		
DIRECCIÓN:	Vista Hermosa – Mira - Carchi		
EMAIL:	ramedinan@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	062770025	TELÉFONO MÓVIL:	0963211031

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"Estudio de la narrativa y contenido cultural en tiktok, análisis comparativo entre las prescriptoras online Nancy Risol y Ñusta Picuasi"
AUTOR (ES):	Medina Narváez Ronnie Alexander
FECHA: DD/MM/AAAA	2025/07/02
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	☒ PREGRADO ☐ POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciado (a) en Comunicación
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Manuel Alfredo Montúfar Flores

2. 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 2 días del mes de julio de 2025

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Medina Narváez Ronnie Alexander

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

Ibarra, 1 de julio de 2025

MSc. Manuel Montúfar

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.

0501921324
MANUEL
ALFREDO
MONTUFAR
FLORES
(Firma).....

Firmado
digitalmente por
0501921324
MANUEL ALFREDO
MONTUFAR FLORES
Fecha: 2025.07.01
17:30:20 -05'00'

MSc. Manuel Montúfar

DEDICATORIA

Este logro quiero compartirlo con mi mamá, quien ha estado siempre ahí para mí, apoyándome, dándome consejos y más de un jalón de orejas. Agradezco profundamente su respaldo, porque este triunfo no es solo mío, también es suyo. Lo logramos juntos, incluso cuando todo se volvía difícil, incluso cuando parecía que ya no se podía más. Nunca me rendí, y ella tampoco. Por eso, gracias por todo, mamita.

A mi familia, de igual manera, les agradezco profundamente por su apoyo constante y por no perder la fe en mí, incluso cuando yo la perdía. Ustedes estuvieron ahí, con una palabra de aliento, con un abrazo oportuno, sin dejarme solo. Gracias de corazón a mis hermanas. Las quiero mucho.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar un profundo agradecimiento a mis docentes, quienes han sido parte fundamental de este proceso en mi vida. De cada uno aprendí valiosas lecciones que marcaron mi etapa universitaria y que me inspiran a seguir creciendo, tanto en lo profesional como en lo personal.

En especial, agradezco a mi director, MsC. Manuel Montúfar, por su guía, paciencia y conocimientos compartidos, que fueron clave para culminar este trabajo de manera correcta. De igual forma, extendo mi gratitud a mi asesora, PhD. Paola Mantilla, por su tiempo, compromiso y enseñanzas. Fue un honor haber sido su estudiante.

Por último, agradezco profundamente a mis compañeros y a todas las personas que formaron parte de este proceso en el que también me fui descubriendo. Aunque algunas ya no estén presentes, fueron parte importante del camino. Si bien he sido una persona distante a lo largo de mi vida, puedo decir que en la universidad conocí grandes amigos, con quienes aprendí, crecí y me aventuré en las ideas más locas, en eventos y proyectos que aún están pendientes por cumplir.

Muchas gracias, queridos amigos: Roberto, Anthony, Erick, Olmary y Esteban. Gracias a ustedes, la universidad será para mí, un recuerdo que guardaré y atesoraré por siempre.

RESUMEN

Esta investigación analiza la narrativa y el contenido cultural en TikTok a través de un estudio comparativo entre las prescriptoras digitales Nancy Risol y Ñusta Picuasi. Se examinan las estrategias comunicacionales que ambas creadoras emplean para visibilizar su identidad, valores y modos de vida, mediante el uso del humor, el entretenimiento y recursos estéticos propios de una sociedad contemporánea y digitalizada. La investigación adopta un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos. Desde el enfoque cualitativo, se identifican elementos narrativos y simbólicos presentes en sus contenidos, mientras que el análisis cuantitativo permite evaluar el impacto, el alcance y la percepción de estas creadoras en una muestra representativa de jóvenes ecuatorianos.

Asimismo, se contextualiza el papel de TikTok como plataforma influyente en el Ecuador, destacando su crecimiento y su capacidad para incidir en la construcción de identidades culturales, especialmente entre usuarios jóvenes. La investigación pone énfasis en la noción de apropiación cultural como eje de análisis, permitiendo evidenciar procesos de convergencia entre culturas tradicionales y globales. Esta convergencia refleja cómo las redes sociales se han convertido en espacios donde lo ancestral y lo moderno dialogan, se adaptan y se reconfiguran. Finalmente, se plantea que estas representaciones culturales, lejos de ser estáticas, responden a una lógica cíclica y tendencial que moldea la identidad de los individuos en contextos cada vez más interconectados.

Palabras clave: Apropiación cultural, comunicación digital, identidad cultural, narrativa indígena, redes sociales, TikTok

ABSTRACT

This research analyzes the narrative and cultural content on TikTok through a comparative study of the digital influencers Nancy Risol and Ñusta Picuasi. It examines the communicative strategies both creators use to showcase their identities, values, and ways of life through humor, entertainment, and aesthetic resources characteristic of a contemporary and digitalized society. The study adopts a mixed-method approach, combining qualitative and quantitative methods. The qualitative analysis identifies symbolic and narrative elements in their content, while the quantitative study evaluates the reach, impact, and audience perception of these creators within a representative sample of Ecuadorian youth.

The research also contextualizes TikTok's growing role in Ecuador as a powerful platform for cultural expression and identity formation, particularly among younger generations. Cultural appropriation is used as a key analytical axis to explore the convergence between traditional and global cultures. This convergence reveals how social media platforms have become spaces where ancestral and modern elements interact, adapt, and are reconfigured. Finally, it is argued that these cultural representations are not static, but respond to a cyclical and trend-driven logic that shapes the identity of individuals in increasingly interconnected societies.

Keywords: Cultural appropriation, cultural identity, digital communication, indigenous narrative, social media, TikTok

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Introducción.....	11
Capítulo I: MARCO TEÓRICO.....	14
1. La comunicación.....	14
1.1. Teorías de la comunicación.	14
1.1.2. Teoría de la Aldea Global.	15
1.1.3. Transformación de los medios de comunicación.....	16
1.1.4. Interactividad y participación de los usuarios.	16
1.1.5. La inmediatez y la efimeridad de la información.	17
2. Características principales sobre la cultura y tradiciones.....	18
2.1 Definición de Cultura.	18
2.1.2. Cultura y Comercialización.....	19
2.1.3. Cultura y redes sociales.....	19
2.1.4. Representación de la identidad cultural en TikTok.....	21
2.1.5. Culturización digital.	22
2.1.6. Persuasión Cultural.	23
2.1.7. Transculturación y apropiación cultural en las redes sociales.....	24
Capítulo II: METODOLOGÍA.....	26
3. Tipo de investigación.....	26
3.1.1. Matriz de variables de influencer's de TikTok	27
3.1.2. Participantes	28
3.1.3. Procedimiento para obtener la muestra para la encuesta	30
Capítulo III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	31
4. Análisis de contenido cualitativo: Nancy Risol – Ñusta Picuasi.....	31
4.1 Análisis cualitativo de las entrevistas	48
4.2 Interpretación de la tabla de entrevistados	49
4.3 Análisis cuantitativo – encuesta dirigida a un porcentaje de la población, tomada como muestra los estudiantes de la Universidad Técnica del Norte	53
4.3 Discusiones.....	78
CONCLUSIONES.....	82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	20
Tabla 2	23
Tabla 3	28
Tabla 4	28
Tabla 5	48
Tabla 6	78

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	15
Figura 2	17
Figura 3	18
Figura 4	21
Figura 5	31
Figura 6	32
Figura 7	33
Figura 8	34
Figura 9	34
Figura 10	35
Figura 11	36
Figura 12	37
Figura 13	39
Figura 14	40
Figura 15	41
Figura 16	42
Figura 17	44
Figura 18	45
Figura 19	46
Figura 20	47
Figura 21	53
Figura 22	54
Figura 23	54
Figura 24	55
Figura 25	55
Figura 26	56
Figura 27	57
Figura 28	57
Figura 29	58
Figura 30	59
Figura 31	60
Figura 32	60
Figura 33	61
Figura 34	62

Figura 35	62
Figura 36	63
Figura 37	64
Figura 38	65
Figura 39	66
Figura 40	66
Figura 41	67
Figura 42	68
Figura 43	69
Figura 44	69
Figura 45	70
Figura 46	71
Figura 47	71
Figura 48	72
Figura 49	73
Figura 50	73
Figura 51	74
Figura 52	75
Figura 53	76
Figura 54	76
Figura 55	77
Figura 56	78

Introducción

La civilización avanza rápidamente y evoluciona constantemente gracias a la comunicación, que se ha transformado significativamente a través de las redes sociales. Estas plataformas son vistas como una innovación clave de la era digital, permitiendo establecer construcciones sociales más sólidas, inmediatas y funcionales.

Una de las redes sociales en las que se centrará este estudio es “TikTok”, una herramienta que conecta al mundo de manera instantánea y que ha experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años. “TikTok” se ha convertido “rápidamente en la red social más popular entre la población más joven (y no tan joven), al punto de ser considerado un nuevo competidor para los anuncios y estrategias SEO en Google” (Silveiro, 2024, párr. 1).

En este contexto, se destaca la relevancia de “TikTok en la era digital, plataforma que tiene su origen en el año 2016 como una idea de Zhang Yiming, desarrollada por la empresa ByteDance. Posteriormente, adquirieron la aplicación Musical.Ly y fusionaron ambos softwares, dando lugar a una red social de videos cortos conocida globalmente como “TikTok” (Bravo, 2024, párr. 13).

“TikTok” ha emergido como una de las redes sociales más influyentes en la actualidad, experimentando un crecimiento significativo en los últimos años. Según DataReportal (2024), la plataforma ha alcanzado más de mil millones de usuarios activos (1.56 billones) consolidándose como un referente en la era digital y permitiendo una conexión de manera instantánea a las generaciones más jóvenes como también a audiencias adultas.

Además, Silveiro (2024) en su investigación argumenta que “TikTok” se ha posicionado rápidamente como "la red social más popular entre la población más joven (y no tan joven), al punto de ser considerado un nuevo competidor para los anuncios y estrategias SEO en Google" (párr. 1). Su impacto en la comunicación moderna es innegable, estableciendo nuevas formas de interacción y consumo de contenido en un contexto globalizado.

De la misma manera, Ojeda et ál., (2016) añade qué las redes sociales funcionan como plazas públicas y calles que, en ciertos casos, se transforman en espacios privados. No basta con ocuparlas, es esencial habitarlas y dotarlas de identidad, convirtiéndolas en una ciudad virtual sin límites temporales ni espaciales (p. 2). Las redes sociales, como lo plantea la cita, no son simplemente herramientas tecnológicas, sino espacios que han evolucionado hasta convertirse en entornos sociales complejos. Son el reflejo de una ciudad virtual donde las barreras físicas desaparecen y las interacciones adquieren una dimensión única; sin embargo, habitar estos espacios no implica únicamente participar de manera superficial, sino impregnarlos con nuestra esencia, construyendo relaciones auténticas y significativas. Esto nos invita a reflexionar sobre la responsabilidad de interactuar de manera consciente y respetuosa, ya que al hacerlo transformamos estos entornos en lugares más humanos, diversos y enriquecedores para todos.

Ecuador cuenta 14,26 millones de usuarios hasta la fecha actual, según el análisis estadístico realizado por Mentinno (2024). Con cientos de usuarios que manejan la interfaz de “TikTok”, esta ha logrado revolucionar la forma de contar historias, logrando conectar de una forma más personal con todos sus consumidores.

Con respecto a las edades y estadísticas recopiladas por Mentinno, “TikTok” cuenta con un total de 13.99 millones de usuarios actualmente, de los cuales el 37.35% tienen entre 18 y 24 años, mientras que el 31.82% se encuentran entre los 25 y 34 años. Cabe recalcar, que esta plataforma digital se encuentra dentro del ranking de las aplicaciones más descargadas, alcanzando el segundo puesto en la tienda de aplicaciones de Android (*Play Store*), mientras que en la tienda de Apple (*Apple Store*) obtiene el undécimo puesto (Mentinno, 2024).

Estos datos evidencian que la mayor parte de consumidores y creadores de contenido se encuentran en un rango de edad que va desde los 18 hasta los 34 años. Dichos creadores de contenido son conocidos como *influencers*, término que, según Molano (2023) se refiere a “una persona que está activa en redes sociales y, según su estilo de vida, valores o creencias, tiene cierto grado de influencia en sus seguidores” (párr. 4).

En esta investigación se analiza la divulgación cultural ecuatoriana en “TikTok” y su repercusión en la sociedad. Ecuador, al ser un país pluricultural, cuenta con 14 nacionalidades indígenas, conformadas por aproximadamente un millón de personas a nivel nacional, regional y local. La Kichwa es la nacionalidad más numerosa, representando el 85.87% con un conglomerado de 800 mil personas, mayormente habitando en la sierra ecuatoriana (68.20%) (Iwgia, 2023, párr. 2).

La cultura indígena ha luchado constantemente por hacer válidos sus derechos y ha levantado su voz ante distintos gobiernos, buscando preservar sus costumbres y tradiciones en un mundo en constante cambio. La modernización digital se convierte en un arma de doble filo y un desafío Lekhi (2020) explica qué, el avance tecnológico ha llevado a los jóvenes a interesarse en culturas externas, percibiendo sus tradiciones como obsoletas. Quienes preservan conocimientos ancestrales enfrentan una pérdida de arraigo y valoración por el legado transmitido a lo largo de los siglos (párr. 1).

La tecnología ha jugado un papel importante en la sociedad, permitiendo conectar con distintas tradiciones y culturas; sin embargo, también ha llevado a la tergiversación de los conocimientos de las generaciones actuales, quienes han asimilado culturas occidentales como propias, dejando de lado su cultura originaria.

La vinculación de la cultura indígena en “TikTok” muestra el avance social con la tecnología, ya que esta red ha permitido fomentar temas culturales y tradicionales, cambiando la forma de vida y hábitos de sus consumidores. Este tipo de contenido permite registrar, almacenar y difundir saberes ancestrales, lenguas y gastronomía, entre otros aspectos de la pluriculturalidad ecuatoriana. La divulgación cultural a través de cualquier medio de comunicación es esencial; no obstante, con el paso del tiempo, este *fortalecimiento cultural* podría quedar sumido en la fugacidad de la historia, debido a la falta de compromiso de las autoridades y la escasa planificación para la recuperación y sensibilización cultural (La Hora, 2021).

Dos de las figuras más destacables de la cultura indígena e *influencers* ecuatorianas son Nancy Risol y Ñusta Picuasi, ambas creadoras de contenido en “TikTok” y principales ejemplos de esta investigación. Nancy Risol, *influencer* indígena del cantón Saraguro, provincia de Loja, ha crecido exponencialmente en la plataforma debido a su imagen natural. Con 22 años, es una de las creadoras de contenido más destacadas del país, con 332.7 mil seguidores en TikTok; 895 mil en Instagram; 264 mil en YouTube y 5.77 millones en Facebook (Expreso, 2021).

Una de las características más importantes de Nancy Risol en sus videos publicados en TikTok, además de su sentido del humor, es el entorno en el que se desarrollan, logrando mostrar su simplicidad en el día a día y la conexión con la naturaleza y su estilo de vida contemporáneo. Esto la ha convertido en una sensación dentro del mundo digital. “Detrás de esta idea está la demostración de la inmensa facultad humana de influir y ser influido” (Molano, 2019, párr. 5).

Desde niña, Nancy Risol soñó con ser actriz, lo que la motivó a incursionar en el mundo mediático. Allí ha encontrado y pulido su estilo, compartiendo su simpatía y espontaneidad con sus seguidores (Infobae, 2019).

El siguiente caso de estudio es el de Ñusta Duchisela Picuasi Pillajo, conocida como Ñusta Picuasi (*Ñusta* en Kichwa significa princesa), originaria de Ilumán, parroquia del cantón Otavalo, provincia de Imbabura (El Universo, 2022). Ñusta Picuasi es una intérprete musical que ha ganado miles de seguidores a través de canciones en quechua, español e inglés.

Su carrera musical dentro de la plataforma digital dio sus primeros inicios durante la pandemia de Covid-19. A los 17 años de edad, tras terminar la secundaria, recibió entrenamiento profesional para convertirse en la artista que es actualmente (Radio Ciudad, 2022).

“Mi influencia creció significativamente cuando abrí mi cuenta en “TikTok” y empecé a realizar dúos... A medida que hacía más dúos, mis videos alcanzaban a un público más amplio” Argumentó Ñusta Picuasi (El Universo, 2022).

La *influencer* imbabureña posee 642 mil seguidores en su cuenta oficial de Facebook y 690 mil en Instagram. En “TikTok”, la plataforma central de esta investigación, alcanza 2,2 millones de seguidores, consolidándose como su principal medio de influencia. Con base en su contenido, se puede argumentar que Ñusta es una *influencer* indígena que promueve su cultura a través de su idioma, vestimenta característica y símbolos ancestrales, los cuales se reflejan en sus videos. Su narrativa orgánica y transparente la caracteriza como una persona humilde que disfruta subir contenido, compartiendo con su audiencia sus experiencias diarias.

Entre las estrategias que ambas creadoras de contenido manejan se encuentra la “culturización digital”, concepto que surge de la necesidad de comprender la repercusión de estos fenómenos culturales en una sociedad contemporánea que adopta estilos y comportamientos de sus artistas favoritos (RITI Journal, 2016). “TikTok” proporciona un espacio donde *influencers* indígenas pueden compartir sus herencias, tradiciones y

perspectivas con una audiencia más amplia, generando un ambiente de empoderamiento y fortaleciendo la identidad cultural dentro del mundo digital.

Esta investigación tiene como objetivo analizar los comportamientos y el manejo comunicacional de ambas creadoras de contenido, tomando en cuenta su influencia cultural y la representación de la misma a través de “TikTok”. Ortega (2021) afirma que la investigación comparativa es necesaria, ya que permite poner a prueba teorías y mejorar la comprensión comunicacional (párr. 2 - 5).

Capítulo I: MARCO TEÓRICO

1. La comunicación.

La comunicación ha sido indispensable en el desarrollo de la humanidad, ya que ha permitido al ser humano expresar sus ideas, emociones y pensamientos, los cuales se materializan a través del lenguaje verbal y de signos lingüísticos, produciendo así la comunicación.

Las redes sociales se han convertido en un nuevo pilar de la comunicación, acompañadas por un constante desarrollo en el área tecnológica. Así lo afirma Gómez (2016): "A través de las conversaciones es que logramos relacionarnos los unos con los otros, logrando construir una sociedad utópica que trabaja en equipo, organizaciones y proyectos" (párr. 4).

La comunicación es tan antigua como el ser humano mismo y, al igual que su evolución en la historia, ha jugado un papel fundamental, pues a través de ella logramos conectar con otros. Gómez (2016) señala: "Desde tiempos remotos, el hombre ha desarrollado habilidades inimaginables pero reales, que han hecho de éste un ser interesante y valioso dentro de un mundo que se ha convertido en la caja de hechos relevantes que perjudican y benefician al mismo ser" (párr. 1).

Tal como afirma el teórico McLuhan (1964) Este párrafo refleja la idea principal de que la forma en la que nos comunicamos influye directamente en las ideas y el significado transmitido a través de nuestros mensajes. A continuación, se abordarán los distintos tipos de comunicación relacionados con el tema propuesto, el cual será tratado más adelante.

1.1. Teorías de la comunicación.

La comunicación ha evolucionado junto con la humanidad, y gracias a los estudios sociales, ha sido posible diversificarla en varios tipos. De acuerdo con Natta y Pelosio (2024), "El campo de la comunicación es uno de los más extensos y no existe un modelo claro en el que la mayoría de los estudiosos concuerden, debido a que cada teoría funciona de manera distinta, lo que nos permite acercarnos a una realidad diferente en todo momento" (párr. 4).

En el siguiente apartado se analizarán las teorías de la comunicación que se utilizó para realizar esta investigación.

1.1.2. Teoría de la Aldea Global.

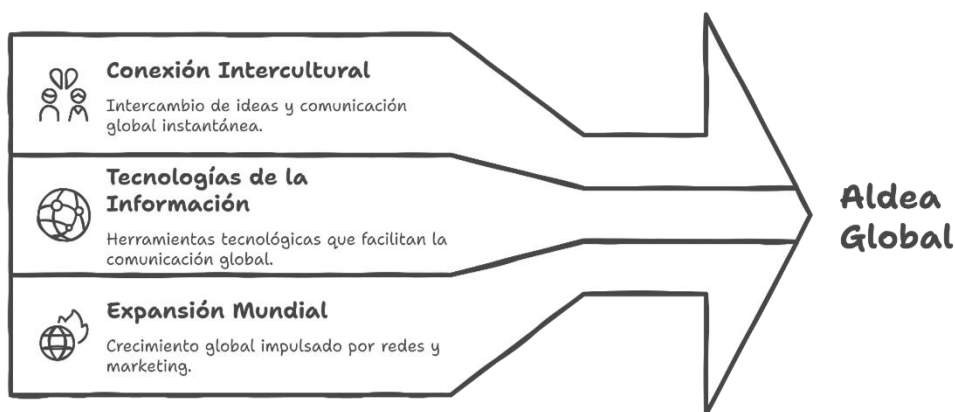
El teórico McLuhan ha sido un analista del pensamiento a lo largo de la historia de la humanidad, reconocido por sus diversos estudios en las ciencias de la comunicación y otras disciplinas afines a la sociedad; sin embargo, "tomando en cuenta la globalización y los cambios sociales más relevantes, se debe considerar la etapa de la modernidad cultural y el funcionamiento de los medios de comunicación, así como su concepción sobre la Aldea Global" (Madrid, 1997, p. 6).

Esta teoría aborda la comunicación de manera global y el comportamiento de la sociedad y, tras una ardua observación de los medios de comunicación y el nacimiento del satélite, McLuhan (1964) señaló: "ahora se acortarán las distancias de la sociedad, nos acercará más a la tierra y nos convertirá en vecinos; esta será una Aldea Global" (p. 180).

A medida que los avances de la humanidad y la comunicación van de la mano, la Aldea Global, como la llamó McLuhan, es una representación de la hiperconectividad que tendrá la sociedad, mostrando una comunicación más instantánea en todo momento y logrando que el mundo se pueda conocer a través de estas conexiones. Tal como afirmaba el teórico: "seremos vecinos del mundo, compartiendo ideales y percepciones; no solo se globalizarán los mercados, sino también las costumbres, los modos de vida y su comunicación en toda esencia" (McLuhan, 1964, p. 289).

Figura 1

Influencia de la Aldea Global descrito por Marshall McLuhan



Fuente: Javier Esteinou Madrid (1997)

En el gráfico se simplifica, a grandes rasgos, la influencia que tuvo la teoría comunicacional conocida como la Aldea Global en la sociedad. Aunque el teórico McLuhan en su momento no creó la teoría con conocimiento de la aparición de internet y otras herramientas que conocemos actualmente, pero sí tuvo razón al visualizar que la comunicación evolucionaría a niveles globales. La comunicación se adaptó a una nueva forma y tomó a la tecnología como una de sus mejores aliadas para emitir información, logrando hasta el momento actual repercusión cultural, política, ideológica, entre otros ámbitos.

1.1.3. Transformación de los medios de comunicación.

La globalización comunicacional cumple un rol fundamental en la sociedad, y su transformación de analógica a digital la convierte en una de las herramientas más funcionales para la distribución de información e interacción. Del mismo modo, los medios tradicionales han buscado la forma de emigrar al entorno digital, como la prensa, la radio y la televisión, donde el rol del comunicador o periodista es aprovechar estas nuevas herramientas para mejorar los "procesos interactivos e informativos, reestructurando su forma de transmitir noticias y llegando a una nueva etapa en la que el internet ha cambiado la forma de comunicarse en la sociedad" (Ayala, s.f., p. 5).

Por otro lado, Cartagena et ál.,(2022) afirman que "la transformación gradual de los medios de comunicación se dio durante la pandemia por COVID-19, lo que provocó un impulso digital hacia las nuevas plataformas y canales de comunicación, donde TikTok fue una de las aplicaciones más utilizadas para hacer periodismo, especialmente por los medios tradicionales que buscaban captar a un público más joven" (párr. 1).

1.1.4. Interactividad y participación de los usuarios.

Si bien la interactividad es esencial al momento de transmitir información por medio de la comunicación, hay que decir que esta nació hace mucho tiempo atrás y según Thompkins & Shrum (2002) denominan a la interactividad como "revolución interactiva" término que se acuña a partir de que el medio *Newsweek* proclama ante la sociedad un nuevo estilo de interactividad en la vida diaria, desde cómo compramos, aprendemos y disfrutamos (p. 12).

Además, Blattberg y Deighton (1991) han definido a la interactividad como un proceso en el cual una persona tiene facilidad de comunicarse con otro, donde el tiempo ni la distancia no influyen de ninguna manera (párr. 2). Cabe recalcar qué, Sheehan (2001) testifica que no se puede generar una interactividad entre ambos individuos si no se conocen datos puntuales, de esta forma la interactividad no será positiva y no podrá llegar a completarse de manera efectiva (párr. 5)

En este sentido, la interactividad podrá funcionar de manera correcta si existe retroalimentación o *feedback* de parte de ambos individuos, pero no solo esto es importante para lograr una correcta interactividad, hay que tomar en cuenta el medio para transmitir estos mensajes, por lo cual, Mcmillan (2000) afirma que la interactividad se divide en tres dimensiones: El tiempo, la no demora en la respuesta y lo atractivo del mensaje (p. 20).

Cuando se habla sobre *feedback* o retroalimentación se hace alusión a la información que se recopila del individuo, en un sentido más claro, Zendesk (2024) asegura que el *feedback* permite evaluar a un colaborador, empresa, producto o servicio, siendo una herramienta que facilita el identificar los puntos negativos y positivos del individuo (párr. 5).

Los medios digitales permiten a los usuarios una comunicación más directa y entretenida, además de ofrecer una interacción bidireccional; es decir, el usuario no se limita a ser un simple receptor, sino que puede convertirse en un emisor directo y viceversa. Según el análisis realizado por Mentinno (2024), "se puede decir que hay cada vez más niveles de acceso a internet por parte de la sociedad, donde un total del 70% de profesionales han optado por utilizar herramientas de inteligencia artificial para impulsar su productividad" (p. 1).

Por otro lado, la cantidad de conexiones móviles en Ecuador ha alcanzado el 96%, lo que equivale a un total de 17.56 millones de usuarios. De igual manera, existen 15.29 millones de internautas que actualmente utilizan internet, de los cuales el 69.26% son usuarios de redes sociales (Mentinno, 2024, gráfico 2).

El rango de edad de los usuarios con mayor interactividad en internet y redes sociales va desde los 15 hasta los 34 años, lo que indica la existencia de un grupo generacional considerable que se ha convertido en una sociedad digital, compartiendo sus experiencias e ideologías a través de las distintas plataformas que tienen a su disposición. Esto representa un cambio significativo en comparación con años anteriores, analizado entre 2022 y 2023 (Mentinno, 2024, gráficos 1-4).

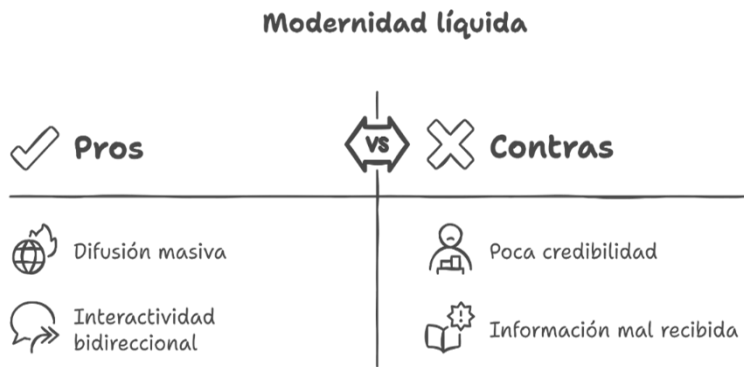
1..1.5. La inmediatez y la efimeridad de la información.

La era digital ha mejorado significativamente la comunicación, haciéndola inmediata e interactiva. Sin embargo, las redes sociales también han traído consigo problemas importantes, como la fugacidad de la información. Según López (2023), "el vivir en TikTok y Facebook nos vuelve conformistas y nunca vamos a lograr una satisfacción, debido a que siempre tendremos la necesidad patológica de sentir saciedad momentánea" (párr. 2).

Por otro lado, Sánchez (2024) denomina a la generación actual como "Modernidad Líquida", un término acuñado por el sociólogo Zygmunt Bauman, que se refiere a una sociedad globalizada que no logra receptar ni retener correctamente la información, interesándose en algo nuevo en cada momento y segundo del día (párr. 1).

Figura 2

Modernidad líquida descrito por Zygmunt Bauman



Fuente: Carmen Tapia (2018)

El cuadro comparativo muestra las diferencias entre la teoría de la modernidad líquida enfocada en la comunicación y la era digital, tanto en los aspectos positivos como negativos que presenta. Se toma en cuenta la difusión masiva, que resulta positiva al facilitar el acceso a la información a través de estas redes sociales, y la baja recepción negativa que experimentan los usuarios frente a esta misma información. Esto contribuye a convertirnos en una sociedad mayormente conformista y poco analítica.

2. Características principales sobre la cultura y tradiciones.

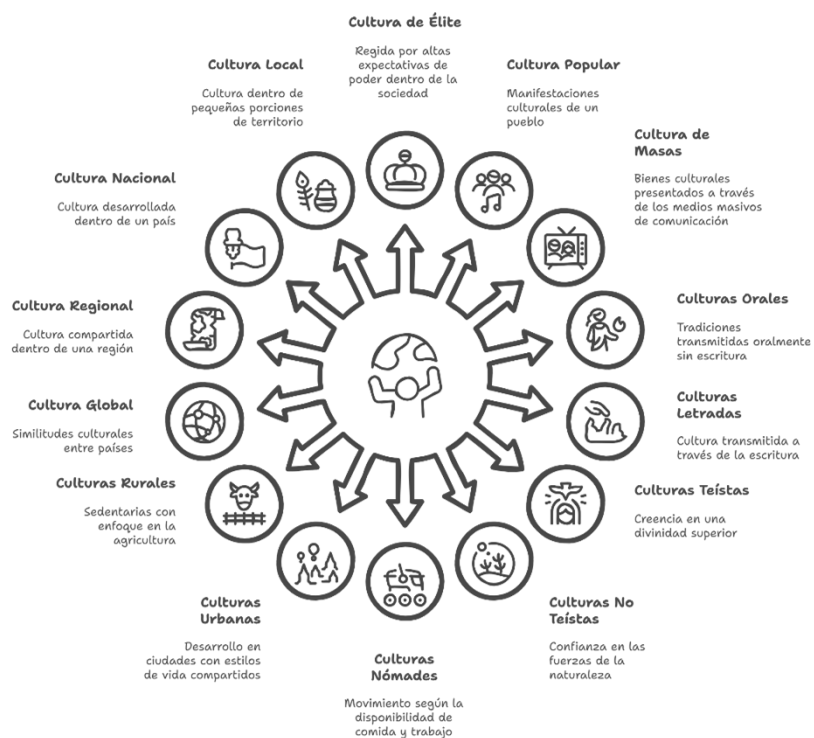
La cultura se representa como el conjunto ideológico propio de una comunidad humana determinada. Este concepto abarca un conjunto de normas y tradiciones que caracterizan a un grupo específico y que utilizan para construir una sociedad funcional, en la cual sus integrantes se sienten a gusto y en armonía consigo mismos; por otro lado, las tradiciones son prácticas transmitidas de generación en generación, preservando el legado cultural y asegurando la continuidad de sus valores y costumbres.

2.1 Definición de Cultura.

El término "cultura" posee una amplitud significativa y un valor histórico relevante, ya que su origen se remonta a la antigua Roma. Proviene del vocablo latino *cultus*, derivado de *colere*, que significa "cuidar del campo y del ganado" y, en la actualidad, se relaciona con el concepto de "cultivar" (Editorial etecé, 2022, pag. 2).

Figura 3

Tipos de cultura y características



Fuente: Editorial Etecé (2022).

La diversidad cultural reflejada en el cuadro es producto de manifestaciones sociales y estructuras que varían según su contexto histórico, geográfico y socioeconómico. Se observa una amplitud que va desde la cultura de élite, asociada con los intereses de las esferas de poder, hasta la cultura popular, representada en las expresiones propias de un pueblo. En este conjunto de tipos de cultura, es posible analizar cómo quienes están en proximidad terminan compartiendo ciertos rasgos comunes que se consolidan como tradiciones culturales, adaptándose a través del tiempo y el espacio.

2.1.2. Cultura y Comercialización

La globalización ha influido significativamente en la sociedad contemporánea, permitiendo la observación y análisis de culturas y tradiciones más allá de las fronteras territoriales. En este contexto, se abordará la cultura desde una perspectiva comercial y su evolución. Como señala Maestro (2024), “se puede decir que la cultura es el proceso de convertir elementos culturales en experiencias comerciales” (párr. 4), abarcando aspectos como la comida, el arte, la moda y las tradiciones.

Por otro lado, la homogenización cultural, una implicación social de gran relevancia, lleva a que las prácticas culturales locales sean influenciadas o sustituidas por elementos ajenos, en un fenómeno conocido como apropiación cultural. Maestro (2024) sostiene que la apropiación cultural ocurre cuando comunidades locales adoptan prácticas externas, desplazando elementos culturales tradicionales (párr. 11).

La autora también menciona la explotación cultural, un proceso en el que elementos de un grupo cultural se comercializan para obtener ganancias sin el consentimiento ni el beneficio de dicho grupo (Maestro, 2024, párr. 12). Esta práctica ha generado una "cultura del consumo", donde las experiencias culturales son superficiales y centradas en la gratificación inmediata, diluyendo así la riqueza auténtica de las tradiciones y transformándolas en productos de consumo (Maestro, 2024, párr. 13).

La cultura de la autenticidad se convierte en un sinónimo de comercio. Las experiencias culturales se diseñan para satisfacer las demandas de los consumidores más que para reflejar fielmente las tradiciones; esto resulta en la distorsión de la identidad cultural, priorizando el mercado sobre la preservación de las tradiciones (Maestro, 2024, párr. 14). En consecuencia, el sentido inicial de la cultura se tergiversa, adaptándose a las expectativas comerciales y comprometiendo su valor cultural auténtico.

2.1.3. Cultura y redes sociales

Con la constante evolución de la tecnología y el internet, la comunicación ha adquirido un papel crucial en las redes sociales, permitiendo la conexión instantánea de personas a nivel global. Actualmente, más de 5 mil millones de usuarios están hiperconectados en esta red global, representando a dos tercios de la población mundial, según un informe de Kepios (2024, párr. 16).

Tabla 1

Estadística del mes de enero del año 2024 sobre el incremento de la conexión digital.

Indicador	Total (en miles de millones)	Porcentaje sobre la población
Población total	8.08	—
Personas con suscripción móvil	5.61	69.4 %
Usuarios de internet	5.35	66.2 %
Identidades en redes sociales	5.04	62.3 %

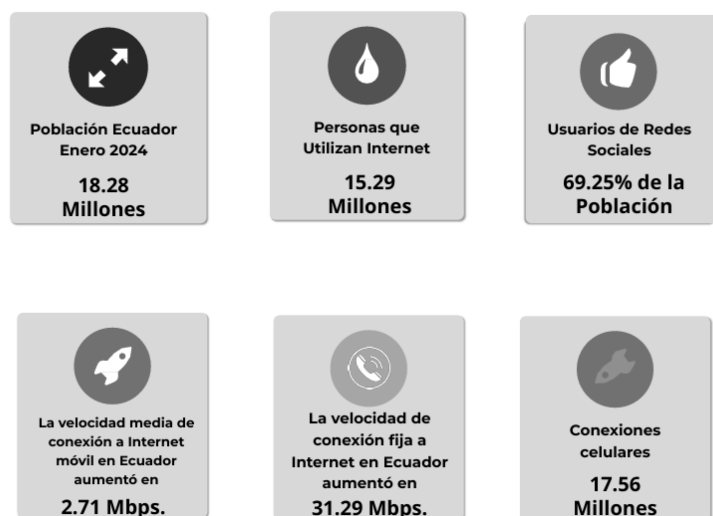
En la infografía realizada en enero de 2024, se observa el aumento en la digitalización global y el crecimiento de la población mundial, con un total de 8.08 mil millones de habitantes, de los cuales el 57.7% está conectado a dispositivos móviles, representando aproximadamente 5.61 mil millones de personas, lo que equivale al 69.4% de la población. Asimismo, 5.35 mil millones de personas, es decir, el 66.2% de la población mundial, usan internet actualmente, mientras que 5.04 mil millones (62.3%) poseen un perfil en redes sociales. Estos datos resaltan la transformación hacia una sociedad interconectada.

Estas transformaciones y el uso masivo de redes sociales han influido en la cultura y en la construcción de la identidad personal, redefiniendo la creatividad y la expresión artística (COMUNICACIONES, 2023). Por otra parte, Jenkins (2008) menciona que las redes han creado un ecosistema donde las tecnologías permiten a los usuarios crear y consumir contenido bajo el enfoque de “hágalo usted mismo.” Este modelo fomenta el desarrollo de habilidades para manipular y compartir narrativas multimedia, convirtiendo a los usuarios en participantes activos que contribuyen a la conversación pública (p. 216).

Cabrera et al. (2022) advierten que “la expansión del ciberespacio sumerge a los jóvenes en un entorno cultural ajeno a sus raíces autóctonas” (pp. 5–6), lo que evidencia una desconexión creciente entre las nuevas generaciones y su identidad cultural de origen. La globalización digital, si bien ha ampliado el acceso a múltiples expresiones culturales, también ha favorecido la hegemonía de culturas externas sobre las locales.

Figura 4

Estado Digital Ecuador 2024



Elaborado por: Mentinno (2024).

El gráfico refleja el estado actual de la conectividad en Ecuador en enero de 2024, destacando puntualmente la situación del acceso a internet y redes sociales. De una población de 18.29 millones, 15.29 millones de personas tienen acceso a internet, lo que representa un porcentaje significativo de la población ecuatoriana. Además, el 69.25% de los ecuatorianos utilizan redes sociales, evidenciando la relevancia que estas han adquirido en la vida cotidiana.

Por otro lado, las conexiones actuales en dispositivos móviles suman un total de 17.56 millones; asimismo, la telefonía fija y el internet han experimentado un aumento, alcanzando velocidades de 2.71 Mbps y 31.29 Mbps, respectivamente. Esto indica que Ecuador es un país interconectado en la era digital, donde el acceso a internet es fundamental para la comunicación, el trabajo y la tecnología.

2.1.4. Representación de la identidad cultural en TikTok.

La sociedad contemporánea y su conexión con las rees sociales ejercen una fuerte influencia n los jóvenes, afectando de manera directa sus relaciones personales y su autoimagen. Esto contribuye a la creación de una identidad que les permitirá socializar mejor con su entorno. En este contexto, “TikTok desempeña un rol relevante al ser evidenciada como una de las herramientas más utilizadas por los adolescentes, ya que les permite comunicar sus ideas, tanto de forma individual como grupal” Henry et ál. (2015)

Sin embargo, Villavicencio et ál. (2018) argumentan que la formación de la identidad a través de la cultura se centra en el desarrollo personal, donde las personas se apropian de formas de sentir, pensar y actuar al involucrarse en actividades económicas, políticas, sociales y culturales (p. 32). Por su parte, Tajfel (1982) afirma que la identidad social es la forma en

que una persona se percibe a sí misma en relación con el grupo al que pertenece; es, en esencia, la construcción de una imagen basada en la identificación con una cultura específica (p. 291).

El objetivo de esta investigación se centrará en analizar las tendencias actuales, estrategias, códigos, lenguajes y la cultura en general a través de la digitalización. Se busca obtener una mayor comprensión de la diversidad cultural que se evidencia en TikTok y de los prescriptores que utilizan su imagen y contenido para divulgar sus ideologías culturales. Se puede observar que Los modelos de comunicación digital actuales priorizan lo visual, dejando en segundo plano el texto escrito. En este contexto, los emoticonos funcionan como elementos expresivos, las coreografías reemplazan las estructuras narrativas tradicionales y los filtros digitales transforman los estándares estéticos y de belleza en la sociedad contemporánea (Pérez et ál., 2022).

Por otro lado, las redes han creado un entorno mediático y dinámico en el que las tecnologías permiten a los usuarios no solo ser consumidores, sino también creadores de contenido de manera creativa, exhibiendo su narrativa multimedia mediante el concepto de *hágalo usted mismo* (Jenkins, 2008). Además, Jenkins (2008) afirma que estos nuevos espacios de comunicación y divulgación multimedia son para compartir, publicar, recomendar y comentar contenidos digitales, lo que se denomina como una inteligencia colectiva participativa (p. 32).

2.1.5. Culturización digital.

La cultura digital representa un cambio profundo impulsado por la tecnología y el internet, transformando el mundo y nuestra forma de interactuar con él. Esta sociedad en constante evolución ha dado origen a una nueva forma de cultura, conocida como “cultura digital” (Borges, 2019).

Por otra parte, las tecnologías de la información y comunicación son cada vez más accesibles. Larico (2021) señala que la cultura digital está profundamente integrada en nuestra vida cotidiana; este conjunto de prácticas y valores se desarrolla junto con la expansión de la digitalización cultural a través de internet (párr. 6).

Tabla 2

Tipos y características de la cultura digital

Categoría	Descripción
Aprendizaje colaborativo	Plataformas digitales con la facilidad del aprendizaje colectivo.
Conectividad	Se trata de la interconexión global, es decir, interacción entre dos individuos de distintas partes del mundo.
Cultura participativa	Posibilidad de compartir, comentar y colaborar en línea para la participación e interacción entre usuarios.
Democratización a la información	Información al alcance de un clic, Wikipedia, blogs y foros permiten a los usuarios un conocimiento colectivo.
Descentralización	La digitalización rompe jerarquías tradicionales, donde nuevas voces emergen para una comunicación diversa.
Digitalización de la vida cotidiana	Desde la forma de comprar y relacionarse, la culturización digital está presente en nuestras vidas.
Economía de la atención	Captar la atención del usuario es favorable en un mundo repleto de saturación informativa.
Inmediatez	Velocidad de la información compartida.
Interactividad	Usuarios son consumidores, creadores, comentaristas y colaboradores en procesos educativos.
Multimedialidad	Combinaciones de texto, imagen, sonido y video en las plataformas digitales.
Personalización	La digitalización permite al usuario personalizar sus contenidos y experiencias.
Privacidad y vigilancia	La recopilación de datos culturales y personales es una práctica común que se comparte en línea.
Redes sociales	Las plataformas permiten a los usuarios mantenerse conectados y compartir cultura e ideologías.
Remix y Mashup	La cultura digital reutiliza contenidos para generar algo nuevo con la ayuda de la IA.

2.1.6. Persuasión Cultural.

La persuasión desempeña un rol importante en la comunicación. Según la RAE, persuadir significa "buscar convencer a alguien para que crea o haga algo" y que esta persona llegue a convencerse de poder realizar la acción que se le ha planteado. Torres (2023) sostiene que "la persuasión tiene un papel fundamental a lo largo de la historia moderna, debido a que nos permite tomar decisiones en función del comportamiento de nuestra sociedad, considerando los cambios culturales o tecnológicos" (párr. 1).

Asimismo, en la sociedad hiperconectada actual, la transmisión de mensajes a través de las redes sociales ha cobrado relevancia. Según Benito et ál. (2022), “está claro que el acceso tecnológico ha implicado grandes ventajas para acceder a la cultura, y la era digital ha permitido descubrir más ofertas culturales que los usuarios desconocían hasta ese momento”.

La persuasión es fundamental al momento de comunicar. Zlobina et ál. (2014) afirman que “la influencia social es un fenómeno poderoso para el cambio de actitudes y se entiende como una acción que busca modificar la cognición, los afectos o las conductas de un individuo o de su comunidad respecto a un tema determinado” (p. 1).

2.1.7. Transculturación y apropiación cultural en las redes sociales.

En el contexto de las redes sociales, emergen términos como *transculturación* y *apropiación cultural*, los cuales son fenómenos de gran relevancia en el ámbito cultural. Según la Real Academia Española (RAE) (2023), la transculturación se define como la “recepción por un pueblo o grupo social de formas de cultura provenientes de otro, que sustituyen de un modo más o menos completo a las propias” (p. 2).

El término transculturación fue acuñado por el antropólogo cubano Fernando Ortiz, quien lo describe como las fases de un proceso en el que dos culturas se integran para formar una sola, lo que resulta en la pérdida o modificación de la identidad cultural inicial de cada una, generando nuevos elementos en la cultura resultante (Ortiz, 1987; Phillip, 2018). Esto implica que la transculturación conlleva la incorporación de una cultura distinta, produciendo un desprendimiento y pérdida, total o parcial, de la cultura original, y puede ocurrir de manera voluntaria o forzada. Uno de los contextos donde más se evidencia la transculturación es en comunidades indígenas, donde los elementos culturales aún prevalecen y son distinguibles (Significados, 2017).

Por otro lado, la cultura ha evolucionado de la mano de las tecnologías. Plaza y Valdés (2017) argumentan que la “cultura tecnológica es objeto de numerosas teorías, ya que todas contribuyen al cambio de identidades personales y colectivas, permitiendo su reformulación a través de conceptos como *tecnocultura*, *cibercultura*, *cultura digital* y *realidad virtual*” (p. 8). Esto sugiere que estos efectos no solo modifican la perspectiva del individuo y su identidad, sino también las conexiones sociales en el entorno digital. No obstante, Yulieth et ál. (2023) discrepan en cuanto al uso de la tecnología en contextos cultural, educativo y laboral, y afirman que el uso excesivo de la tecnología podría generar ansiedad, dificultades de concentración y alteraciones de la memoria, conocidas como *tecnoestrés*, *tecnoadicción* y *tecnodependencia*, recomendando un manejo moderado de la tecnología para evitar estos efectos negativos en la salud (párr. 3).

Desde una perspectiva equilibrada, la tecnología en el ámbito cultural ha permitido redefinir identidades colectivas e individuales y ha facilitado las conexiones sociales, un aspecto ventajoso en la sociedad contemporánea. Sin embargo, el uso excesivo de estas herramientas puede generar efectos adversos, como la dependencia y la ansiedad, afectando la concentración y la salud mental en general. La tecnología es un motor de cambio positivo

en contextos culturales, educativos y laborales, siempre que se utilice con moderación y respeto.

Por último, en el contexto de la transculturación, el ser humano incorpora elementos culturales hasta hacerlos parte de su vida diaria e ideología. Este proceso, conocido como *apropiación cultural*, se ha vuelto un tema ampliamente debatido en los últimos años. Según Cable News Network Español (CNN) (2021), varios artistas e *influencers* han sido acusados de apropiación cultural, ya que, aunque la línea entre apropiación y apreciación es muy delgada, no existe una definición clara que las distinga (p. 1).

Capítulo II: METODOLOGÍA

3. Tipo de investigación.

Para esta investigación se empleó una metodología mixta, lo que permitió obtener un enfoque integral que abarca tanto aspectos cualitativos como cuantitativos. El uso combinado de ambos métodos garantiza un estudio más completo y reduce posibles errores o inconvenientes (Rus Arias, 2020).

En cuanto al enfoque cuantitativo, se aplicaron técnicas estadísticas para obtener un mayor porcentaje de datos y asegurar respuestas objetivas. Ortega (2017) señala que la investigación cuantitativa se centra en establecer relaciones estadísticas entre dos o más variables dentro de un público objetivo, recopilando información de diversas fuentes con el propósito de reforzar la investigación (p. 4). A través de este enfoque, fue posible cuantificar variables y evaluar hipótesis, lo que permitió obtener respuestas fundamentadas. Asimismo, se aplicaron encuestas dirigidas a expertos y estudiantes de la Universidad Técnica del Norte, con el fin de fortalecer el objetivo principal de este trabajo de titulación y obtener una muestra significativa.

Por otro lado, la investigación cualitativa desempeñó un papel fundamental en el desarrollo de este estudio, ya que, según Compilatio (2024) afirma que por medio de esta metodología se pueden recopilar datos precisos que permitan comprender hechos, comportamientos y fenómenos, centrándose en calidad más que en cantidad, lo que posibilita conocer en profundidad las necesidades sociales y culturales de un grupo específico (s.p). Este enfoque contribuyó a un análisis detallado de los aspectos socioculturales y comunicacionales de la investigación.

Este estudio corresponde a una investigación de campo con enfoque descriptivo. Según Muguira (2018), este tipo de investigación "ofrece una forma de presentar fenómenos sociales que ocurren de manera natural, buscando centrarse en contextos específicos sin centrarse en el porqué de la situación" (p. 2). Por esta razón, se aplicaron encuestas dirigidas a participantes que consumen contenido en TikTok, lo cual resultó fundamental para recolectar información sobre las distintas percepciones, comportamientos y respuestas vinculadas al estudio de la narrativa y el contenido cultural en dicha plataforma, a través de un análisis comparativo entre las prescriptoras online Nancy Risol y Ñusta Picuasi.

Además, esta tesis se clasifica como una investigación exploratoria, ya que se establecieron relaciones entre variables que permitieron identificar y comprender con mayor claridad el problema planteado desde el inicio. Este tipo de enfoque se caracteriza por su flexibilidad metodológica, lo cual resulta útil en investigaciones donde no se pretende alcanzar resultados concluyentes, sino aproximarse a una mejor comprensión del fenómeno estudiado. En este sentido, Velázquez (2018) sostiene que la investigación exploratoria no busca respuestas definitivas, sino una visión inicial que facilite el análisis del problema.

Para la obtención de datos en ambas metodologías, se definieron técnicas e instrumentos como la entrevista y la encuesta, los cuales fueron empleados en los enfoques cualitativo y cuantitativo, respectivamente. En primer lugar, dentro del enfoque cuantitativo, se aplicaron entrevistas a profesionales con el propósito de recopilar información relevante de estos participantes, quienes aportaron datos clave para la investigación. Según Ortega (2017), “las entrevistas a profesionales permiten recopilar datos de estos participantes, que serán claves para la obtención de información pertinente” (s.p).

Por otro lado, en la metodología cualitativa, la encuesta fue utilizada como instrumento de investigación, permitiendo obtener datos de una muestra representativa de jóvenes en Ecuador. A estos participantes se les entregó un cuestionario con preguntas relacionadas con TikTok y su consumo habitual, además de consultas sobre las prescriptoras indígenas Nancy Risol y Ñusta Picuasi, con el fin de analizar su nivel de reconocimiento y acogida dentro del grupo de estudio.

Las entrevistas incluyeron preguntas sobre temas como la percepción cultural en TikTok, su papel en la difusión cultural, la apropiación cultural y la educación cultural, entre otros aspectos. Todo el proceso de recopilación de datos se llevó a cabo de manera rigurosa en un periodo de cinco meses, comprendido entre julio y diciembre de 2024.

3.1.1. Matriz de variables de influencer's de TikTok

La presente investigación se centra en una variable principal: la representación cultural en TikTok. Esta variable se desglosa en ocho dimensiones analíticas que permiten observarla desde distintos enfoques comunicacionales, culturales y técnicos.

Tabla 3

Matriz de variables

Variable	Tipo	Dimensión	Indicadores	Método de recolección
Uso de TikTok	Independiente	Tipo de contenido	Educativo, entretenimiento, informativo	Análisis de contenido
		Duración del contenido	Menos de 30 seg / Más de 30 seg	Observación directa
		Narrativa	Rutinas diarias / Tendencias y Entretenimiento/ Tradicional y cultural	Análisis de contenido
		Estrategias de comunicación	Lenguaje, frecuencia de publicación	Observación de publicaciones y <i>engagement</i>
Representación cultural	Dependiente	Identidad cultural	Vestimenta, lengua, elementos tradicionales	Observación directa y análisis de video
		Interactividad	Likes, comentarios, compartidos	Estudio de métricas en TikTok
		Impacto social y cultural	Opiniones de seguidores, tono de comentarios	Análisis de comentarios

3.1.2. Participantes

Tabla 4

Descripción de los participantes

Descripción de participantes y figuras clave en el estudio	Descripción
Nancy Risol	
	Nancy Risol es una creadora de contenido y humorista ecuatoriana popular en TikTok, donde cuenta con más de 2 millones de seguidores. Sus videos abordan con humor situaciones cotidianas y temas de la cultura ecuatoriana, lo que le ha permitido conectar de manera auténtica con su audiencia y ganar una gran popularidad en las redes sociales.

Ñusta Picuasi		Descripción
		Ñusta Picuasi es una creadora de contenido ecuatoriana conocida por su presencia en redes sociales, especialmente en TikTok. Con más de 2 millones de seguidores, se destaca por sus videos que celebran la cultura indígena ecuatoriana, abordando temas de identidad, tradiciones y la vida cotidiana de su comunidad. Su contenido auténtico y educativo le ha permitido conectar con una amplia audiencia, promoviendo el orgullo cultural y la diversidad.
Jorge Torres		Descripción
		Especializado en Ciencia Política, Historia Política, Relaciones Internacionales, Historia y Análisis de Políticas. Doctor en Filosofía (PhD) en Humanidades/Estudios Humanísticos por la Universitat Rovira i Virgili.
Ana María Larrea Ayala		Descripción
		Doctora en Comunicación y en Relaciones públicas, Master en Comunicación y Educación Audiovisual, cuenta con varias publicaciones, artículos científicos y capítulos de libros referentes a su vida profesional
María Belén Zambrano Martínez		Descripción
		Licenciada en Comunicación Social con una maestría en Marketing Digital y Comercio Electrónico, cuenta con una gran trayectoria profesional a lo largo de su vida, cuenta con varias publicaciones y artículos de investigación que le han permitido reforzar su experticia.

Nota: La tabla presenta una descripción general de las creadoras de contenido analizadas y de los expertos consultados en el estudio, destacando sus trayectorias y enfoques comunicacionales dentro del contexto digital y cultural ecuatoriano.

3.1.3. Procedimiento para obtener la muestra para la encuesta

Para esta investigación, la *población objeto de estudio* estuvo conformada por jóvenes y adolescentes ecuatorianos comprendidos entre los 12 y 29 años de edad, cuya cifra total asciende a 5.334.946 personas, según datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2024). Dado el tamaño finito de esta población, se estableció una *muestra representativa probabilística* para el enfoque cuantitativo, que permitió generalizar los resultados dentro de un margen de error aceptable. Paralelamente, en el enfoque cualitativo se recurrió a una *muestra no probabilística por juicio de expertos*, seleccionando participantes con conocimientos específicos en comunicación, cultura e identidad digital, relevantes para el desarrollo del estudio.

Para determinar el tamaño de la muestra de una población finita se utilizó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$
$$n = \frac{5344946 * 1.95^2 * 0.05 * 0.05}{0.05^2 * (5344946 - 1) + 1.95^2 * 0.05 * 0.05}$$
$$n = 385$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población (en este caso, 5.344.946 jóvenes en Ecuador, según INEC)

Z: Valor de Z para un nivel de confianza del 95% (Z = 1,95)

p: Probabilidad de éxito (0,05)

q: Probabilidad de fracaso (1 – p = 0,95)

e: Margen de error permitido (5%, es decir, 0,05)

Sustituyendo los valores:

N: $(5.344.946 \times (1,95)^2 \times 0,05 \times 0,95) / (0,05^2 \times (5.344.946 - 1) + (1,95)^2 \times 0,05 \times 0,95)$

n: 385

Por tanto, el tamaño muestral calculado para esta investigación es de 385 participantes, lo cual permite obtener resultados representativos con un 95% de nivel de confianza y un margen de error del 5%.

Capítulo III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4. Análisis de contenido cualitativo: Nancy Risol – Ñusta Picuasi

Figura 5

Análisis estadístico del contenido publicado



Nota: Este resultado se obtuvo a partir del análisis de contenido de ambas prescriptoras, con el objetivo de establecer una comparación entre los contenidos publicados.

Este análisis comparativo entre ambas prescriptoras online, revela que ambas tienen distintos enfoques para captar a sus audiencias, mientras Nancy Risol se enfoca en el humor y la tendencia, Ñusta Picuasi hace uso de su identidad personal para generar una conexión más orgánica e íntima, mostrándose como dos *influencers* ecuatorianas con mucho potencial. Pero, en base a este análisis de contenido, se pudo obtener datos puntuales sobre el contenido que ambas prescriptoras publican en la aplicación TikTok.

En esta dimensión se puede notar el *Tipo de formato* que utilizan ambas prescriptoras online, por un lado, Nancy Risol cuenta con una cantidad de 40 productos audiovisuales, donde se pudo encontrar que 39 eran videos y tan solo 1 era un carrusel de fotos, analizado desde el 8 de junio hasta el 31 de diciembre. Mientras que Ñusta Picuasi, tiene un total de 249 productos audiovisuales, donde 224 eran videos y 25 carruseles de fotos, analizado el 1 de junio hasta el 31 de diciembre. Ambas prescriptoras fueron estudiadas en un periodo de 6 meses y lo que esta tabla muestra es que Ñusta Picuasi subió más contenido en el periodo marcado, mostrándose como una creadora de contenido con más permanencia en sus redes sociales, por otro lado, es notable que Nancy Risol subió contenido de forma más esporádica, lo que la denota como una creadora de contenido con poca permanencia en su perfil de TikTok.

Figura 6

Uso del Hashtag.

Característica	Nancy Risol	Ñusta Picuasi
 Uso de Hashtags	34	237
 No Uso de Hashtags	5	7
 Hashtags Únicos	0	138
 Hashtags en Tendencia Analizados	0	152
 Hashtags Culturales	0	43

Nota: Información obtenida del análisis de contenido de ambas prescriptoras, con el propósito de establecer una comparación entre los contenidos publicados.

En esta dimensión se toma como característica al *Uso de Hashtags* utilizado por ambas prescriptoras durante el análisis, donde se examinó 6 subdimensiones esenciales, desde el uso y no uso de hashtags, los hashtags propios, hashtags en tendencia, hashtags culturales y hashtags generales, éstos, utilizados por ambas prescriptoras durante la publicación de contenido.

Se pudo evidenciar que Nancy Risol hace uso de hashtags con poca frecuencia durante sus publicaciones de TikTok, donde se encontró un total de *34 hashtags* en sus publicaciones y tan solo en *5 publicaciones* no hizo uso de la misma, por otro lado, no hace uso de hashtags propios, ni culturales y mucho menos de los que se encuentran en tendencia, donde es evidente que el uso de hashtags en cualquier índole temática, es nulo en las publicaciones de Nancy Risol, sin embargo, hay un total de *5 hashtags* generales, utilizados en dicha subdimensión y este, sería el ejemplo de los hashtags utilizados por la prescriptora, *#paratii*, *#grwm*, *#cancion*, *#CapCut*, *#criollo*, *#Matematicascriollas*.

- *Uso de hashtags: 34*
- *No uso de Hashtags: 5*
- *Hashtags propios: 0*
- *Hashtags en tendencia analizados: 0*
- *Hashtags culturales: 0*
- *Hashtags generales:*

Figura 7

La importancia del uso de hashtag en las publicaciones que hace Nancy Risol.



Fuente: TikTok

Por otro lado, Ñusta Picuasi hace un uso frecuente y estratégico de hashtags en sus publicaciones, destacando una inclinación marcada hacia hashtags propios y culturales que enfatizan su identidad personal y cultural en relación con sus productos audiovisuales. En este sentido, se identificó que Ñusta Picuasi empleó un promedio significativo de 237 hashtags por publicación, mientras que únicamente en siete videos no utilizó esta herramienta digital para ampliar su alcance. Es relevante señalar que la prescriptora utilizó 138 hashtags propios relacionados con su nombre, siendo un ejemplo representativo el hashtag #ñustapicuasi.

Por otra parte, se detectaron 152 hashtags en tendencia, como #parati, y en la categoría de hashtags culturales se identificaron etiquetas como #ecuador, #cultura y #tradición. Además, en relación con el público, se encontraron 228 hashtags variados, entre los cuales destacan #tedije, #alliwantforchristmas, #gatos, #cumbia, #gratitud y #mccelebrity. A continuación, se desglosará el total obtenido en cada una de las dimensiones analizadas.

- *Uso de hashtags: 237*
- *No uso de Hashtags: 7*
- *Hashtags propios: 138*
- *Hashtags en tendencia analizados: 152*
- *Hahstags culturales: 43*

- *Hashtags generales: 228*

Figura 9

El uso de hashtag por parte de la creadora de contenido Ñusta Picuasi



Fuente: TikTok

Figura 8

Tipo de discurso utilizado por las prescriptoras

Characteristic	Nancy Risol	Ñusta Picuasi
 Cultural	13 publicaciones	17 publicaciones
 Humorístico	13 publicaciones	27 publicaciones
 Identidad personal	17 publicaciones	31 publicaciones
 Educativo	6 publicaciones	17 publicaciones
 Narrativo	7 publicaciones	57 publicaciones
 Performance	23 publicaciones	157 publicaciones
 Persuasivo/publicitario	14 publicaciones	164 publicaciones

Nota: Información del análisis de contenido de ambas prescriptoras para lograr generar una comparativa del contenido publicado

En esta dimensión se analizó el *Tipo de Discurso* utilizado por ambas prescriptoras, donde se examinó las estrategias que emplean para transmitir sus mensajes y así, puedan conectar

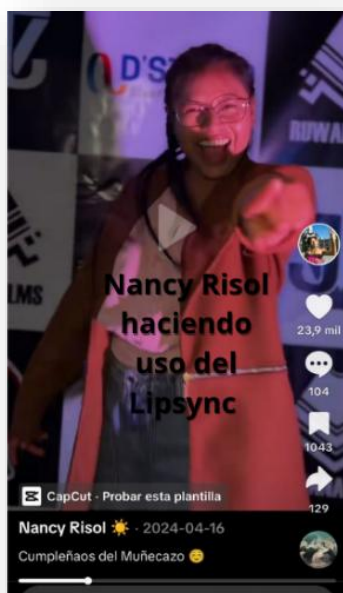
mejor con su audiencia. En esta dimensión se incluyeron subdimensiones tales como, cultural, humorístico, identidad personal, educativo, narrativo, performance y persuasivo/publicitario; evaluando de esta forma, la variedad y frecuencia con la que cada prescriptora online hace uso de estas, donde el propósito principal es comprender cómo Nancy Risol y Ñusta Picuasi reflejan sus identidades para lograr sus objetivos comunicativos, ya sea informar, educar, entretener o promocionar.

Cabe recalcar, este análisis no catalogó a un video o publicación con un solo tipo de discurso, más bien, cuenta con distintos tipos de discurso que inclusive muchas veces varía entre lo humorístico, narrativo e inclusive cultural.

Por un lado, Nancy Risol presenta un estilo moderado con equilibrio en sus dimensiones, desde el tipo de discurso cultural, donde se encontró en total *13 videos* con dicha temática; al mismo tiempo se encontró *13 publicaciones* con un sentido humorístico; continuando con dicho análisis se encontró en total *17 publicaciones* con un tipo de discurso centrado en la identidad personal, lo que quiere decir que en estos videos ella transmitía sus tradiciones, costumbres, etc. De igual manera, se encontró *6 videos* con una línea discursiva educativa y *7 videos* con un tipo de discurso narrativo, además, se observó que Nancy utiliza mucho el tipo de discurso de performance, donde interpretaba letras de canciones por medio del *lipsync* o movimiento de labios y en ocasiones utilizaba el baile como entretenimiento y por último, se analizó en el perfil de Nancy Risol que ella usa el tipo de discurso persuasivo o publicitario, donde ella promocionaba marcas en específico, desde *Infinix* o inclusive, *reality's* creados en Ecuador.

Figura 10

Nancy Risol haciendo uso de su influencia para subir contenido basado en el entretenimiento o publicitario.



Fuente: TikTok

Como consecuencia, contenido cultural por medio de su narrativa e identidad cultural indígena. Por su parte, Nancy Risol se mantiene más equilibrada con un énfasis menor, optando por discursos más básicos como el narrativo cultural, el humor y entretenimiento.

La dimensión Temática y Contenido analiza los principales enfoques presentes en los contenidos de las prescriptoras, evaluando aspectos como la identidad cultural, la vida cotidiana, la educación, el humor, el entretenimiento, la naturaleza y, por último, las tendencias. Esta categoría busca comprender qué tipo de mensajes predominan en sus narrativas y cómo estos generan interés en la audiencia. Además, el análisis se centró en identificar la frecuencia y relevancia de cada temática, lo cual permite observar las prioridades discursivas de cada prescriptora y establecer comparaciones que revelen el peso de cada enfoque temático en relación con sus estrategias comunicativas.

Figura 11

Ñusta Picuasi haciendo uso de sus tradiciones a través de su red social TikTok



Fuente: TikTok

Comparativa entre Nancy y Ñusta Picuasi

Figura 12

Tipo de temática y contenido publicado



Nota: Información del análisis de contenido de ambas prescriptoras para lograr generar una comparativa del contenido publicado

Identidad cultural

Ñusta Picuasi lideró esta categoría de análisis con un total de 36 publicaciones, enfocándose de manera significativa en mostrar y reforzar elementos culturales. En contraste, *Nancy Risol* presentó un menor énfasis en este aspecto, con solo 9 publicaciones relacionadas, lo que confirma su inclinación por el entretenimiento y el contenido humorístico. No obstante, en varias de sus publicaciones fue evidente el uso de vestimenta representativa de la cultura Saraguro, combinada con elementos de la moda contemporánea. Por su parte, *Ñusta Picuasi* evidenció un protagonismo claro del contenido cultural en sus videos, retratando de forma consistente su identidad como mujer kichwa otavaleña. En su narrativa destacan el uso del idioma originario, los símbolos culturales y la vestimenta tradicional, integrados de manera precisa y auténtica en la promoción de su contenido

Vida cotidiana

Aunque ambas prescriptoras incluyen contenido relacionado con sus actividades diarias, *Ñusta Picuasi* registra 24 publicaciones frente a las 14 de *Nancy Risol*, lo que sugiere un mayor uso de la narrativa cultural en su discurso digital. Esta estrategia resulta relevante en el análisis, ya que permite una conexión profunda con la audiencia y refleja, de manera positiva, valores, experiencias y tradiciones. Según Ricoeur (1984), la narrativa cultural actúa como un vehículo que integra la identidad individual con la colectiva, proporcionando significado a las acciones y experiencias humanas a través del tiempo (p. 10).

De esta forma, los elementos narrativos no solo comunican mensajes, sino que también generan un sentido de pertenencia y autenticidad, fundamentales en la creación de contenido relevante y memorable.

Por otro lado, *Nancy Risol* emplea el performance y el entretenimiento para mostrar fragmentos de su cotidianidad, aunque de manera breve y sin mayor detalle, ya que su contenido se centra principalmente en seguir las tendencias que surgen dentro de la plataforma.

Educativo

En esta categoría de análisis, *Ñusta Picuasi* superó a *Nancy Risol* con un total de 10 publicaciones, frente a las 6 registradas por Nancy durante el periodo evaluado en este trabajo de titulación. Este resultado evidencia la intención de *Ñusta Picuasi* por transmitir mensajes con enfoque informativo o formativo a su audiencia, haciendo uso de su vestimenta tradicional, icónica y representativa de la mujer otavaleña.

Por otro lado, *Nancy Risol* mantuvo su orientación hacia contenidos *humorísticos* y de *entretenimiento*, publicando material coherente con estas temáticas. No obstante, no se identificaron publicaciones que abordaran aspectos educativos vinculados a su cultura ni el uso de simbología representativa.

Humor y Entretenimiento

Ñusta Picuasi se consolida como líder indiscutible con 212 publicaciones humorísticas o de entretenimiento, mientras que *Nancy Risol* se queda en 33. Esto refuerza el estilo de *Ñusta* como una creadora que prioriza entretener a su audiencia a través de su contenido, el cual destaca por su relación con temas culturales y de su diario vivir.

Naturaleza

Nancy Risol se muestra ligeramente más activa en esta temática, con un total de 9 publicaciones frente a las 8 de *Ñusta Picuasi*. Su conexión con el entorno natural es más

Figura 1

Prendas características de cada una de las prescriptoras.

sutil, pero constante, en comparación con otras categorías analizadas. A través de su contenido, *Nancy* refleja de forma indirecta su localidad natal y los paisajes que la rodean, integrándolos como parte de su narrativa visual.

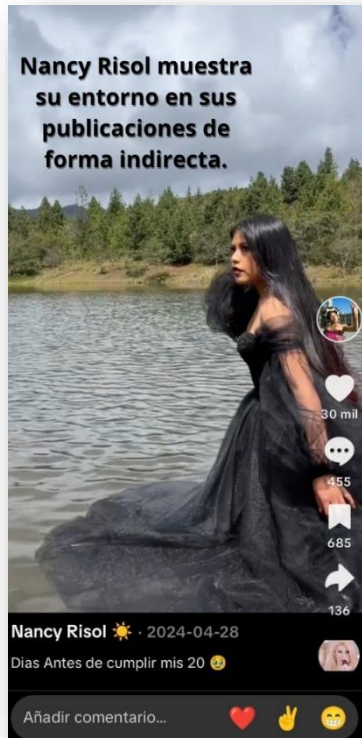
Tendencias

Ñusta Picuasi nuevamente supera a Nancy con 18 publicaciones relacionadas con tendencias, mientras que *Nancy Risol* solo registra 9 publicaciones, lo que evidencia que *Ñusta* hizo un mayor uso de los fenómenos actuales que son relevantes en redes sociales, cabe recalcar qué, *Ñusta Picuasi* publicó mayor cantidad de contenido a diferencia de Nancy Risol.

Escenografía y entorno

Figura 13

Nancy Risol enseña indirectamente su entorno



Fuente: TikTok

Ñusta Picuasi: La utilización de la escenografía y el entorno se observa en 21 publicaciones, lo cual evidencia un aprovechamiento consciente del contexto físico y del ambiente que rodea a la creadora para enriquecer visual y culturalmente su contenido. Este recurso adquiere mayor relevancia en las publicaciones dedicadas a la promoción de sus canciones, donde se emplea una narrativa persuasiva con el propósito de captar la atención de nuevos oyentes. De este modo, el uso estratégico del espacio y del contexto no solo fortalece la identidad cultural presente en su obra, sino que también potencia la efectividad comunicativa de sus mensajes promocionales.

Nancy Risol

Con 11 publicaciones en esta categoría, el uso de la escenografía en el contenido de Nancy es relativamente limitado. Esto podría indicar que su enfoque se orienta principalmente hacia el mensaje directo o hacia otros elementos visuales, sin una interacción significativa con el entorno. Tal como se mencionó en la dimensión anterior, la influencer Nancy Risol presenta este tipo de escenarios de manera indirecta en sus publicaciones.

Vestimenta tradicional:

Ñusta Picuasi: Aparece en 18 publicaciones usando vestimenta tradicional, lo que refuerza su identidad cultural y la de su audiencia, aludiendo al orgullo étnico y las raíces andinas. Esto es relevante, ya que su contenido se centra en la autenticidad y el patrimonio cultural y se hizo mucho más evidente durante su participación en el concurso de cocina *MasterChef Celebrity*.

Figura 14

Ñusta Picuasi hace aparición usando sus elementos culturales y representativos.



Fuente: TikTok

Nancy Risol: Con 21 publicaciones, Nancy utiliza la vestimenta tradicional de manera ligeramente más frecuente. Esto puede reflejar una estrategia similar, orientada a la conexión cultural con su audiencia, pero con un énfasis más notorio en la apariencia visual, donde Nancy hace uso de una moda tradicional con toques de moda contemporáneos.

Gastronomía:

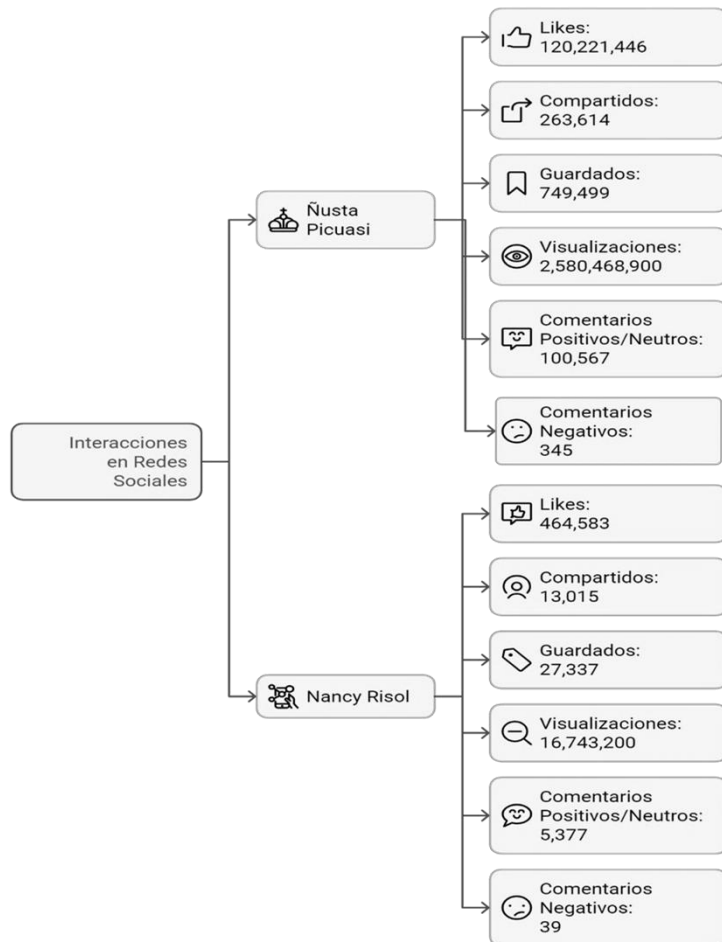
Ñusta Picuasi: Usa elementos gastronómicos en 27 publicaciones, destacando la riqueza de la gastronomía ecuatoriana, a través del ya mencionado concurso de cocina ecuatoriana, *MasterChef Celebrity*, lo cual esto destaca un valor cultural clave que resalta la identidad y el patrimonio de la región.

Nancy Risol: Su uso de la gastronomía es significativamente menor, con solo 6 publicaciones. Esto podría indicar que su contenido no se centra tanto en la comida como un símbolo cultural, sino que puede estar más enfocado en otros aspectos de la vida cotidiana o

en otras temáticas, ya sean a través de pautas pagadas por otras empresas, para que Nancy promocioe a través de su contenido.

Figura 15

entre ambas prescriptoras



Nota: Información del análisis de contenido de ambas prescriptoras para lograr generar una comparativa del contenido publicado

La dimensión *Interacción con los Seguidores* evaluó la capacidad de las prescriptoras para generar participación activa en su audiencia, todo esto por medio de *likes*, comentarios, guardados y compartidos. Todo con la finalidad de medir el impacto de su contenido en términos de alcance, compromiso emocional y percepción del público en general.

Analizar esta dimensión resulta fundamental para entender cómo cada creadora establece vínculos con su comunidad digital y el nivel de resonancia que sus publicaciones generan. Además, se considera tanto la interacción positiva como la negativa, lo que brinda una visión completa de la recepción de su contenido.

En el caso de *Ñusta Picuasi*, la prescriptora demuestra una interacción sólida con sus seguidores, acumulando un total de *120,221,446 likes*, *263,614 compartidos*, y *749,499 guardados*, mientras que *Nancy Risol* muestra cifras menores debido a su poca regularidad

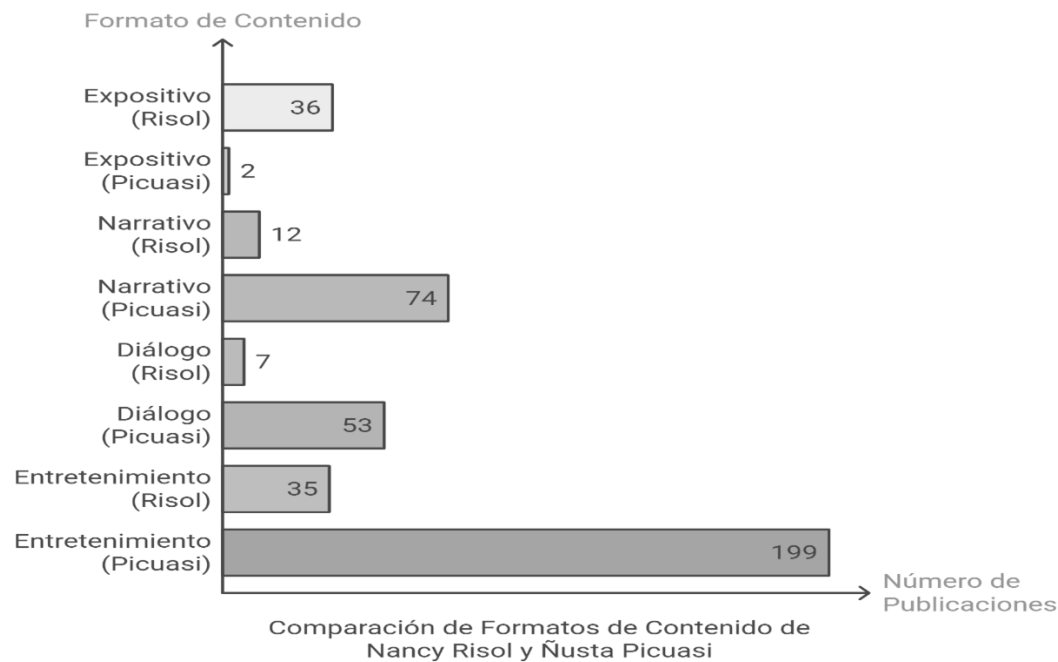
al momento de subir contenido, contando con 464,583 likes, 13,015 compartidos, y 27,337 guardados. Asimismo, en cuanto a visualizaciones, Ñusta lidera ampliamente con 2,580,468,900 visualizaciones, frente a las 16,743,200 visualizaciones de Nancy.

Los comentarios positivos y neutros también revelan una disparidad significativa: Ñusta registra 100,567, frente a los 5,377 de Nancy, aunque ambas tienen un número reducido de comentarios negativos, con 345 en el caso de Ñusta y 39 en Nancy. Esto indica que ambas prescriptoras mantienen una percepción positiva por parte de su público.

La comparación resalta que, mientras Ñusta Picuasi logra un alcance y participación masiva en su contenido, Nancy Risol, aunque con cifras más modestas, muestra un público comprometido en menor escala. Esta dimensión evidencia el impacto que las estrategias de contenido y los temas tratados tienen en la conexión emocional y el alcance que logran ambas creadoras dentro de sus comunidades digitales.

Figura 16

Tipo de estrategia narrativa



Nota: Información del análisis de contenido de ambas prescriptoras para lograr generar una comparativa del contenido publicado

Estrategia Expositiva

- *Ñusta Picuasi: 36*
- *Nancy Risol: 2*

Ambas prescriptoras muestran un enfoque equilibrado en la *estrategia expositiva*, con un total de 36 publicaciones en el caso de Ñusta y 2 publicaciones por parte de Nancy. Esto indica que tanto Ñusta Picuasi como Nancy Risol comparten el interés por *informar* y

exponer hechos relevantes a su audiencia, lo cual es importante para mantener a sus seguidores bien informados sobre temas sociales, culturales o educativos.

Estrategia Narrativa

- *Ñusta Picuasi: 74*
- *Nancy Risol: 12*

De nuevo, ambas prescriptoras mantienen la *estrategia narrativa* en un *nivel equilibrado*, con 74 publicaciones en el caso de la *influencer* otavaleña y tan solo 12 publicaciones por parte de la *influencer* de Saraguro. Esto muestra que *Ñusta Picuasi* recurre a historias personales o colectivas para conectar con su audiencia, mientras que, en el caso de Nancy Risol ella toma un rumbo narrativo enfocado al entretenimiento. Este tipo *narrativas* es clave para humanizar su contenido y generar una relación más cercana con su audiencia.

Estrategia Dialógica

- *Ñusta Picuasi: 53*
- *Nancy Risol: 7*

En la *estrategia dialógica*, *Ñusta Picuasi* cuenta con un total de 53 publicaciones, por otro lado *Nancy Risol* cuenta con un total de 7 publicaciones, lo que indica que ambas prescriptoras ponen énfasis en la *interacción con su audiencia*. Este tipo de estrategia incluye *responder comentarios*, *hacer preguntas* o fomentar conversaciones a través de sus publicaciones, lo cual es esencial para generar *participación activa* y fortalecer la comunidad en torno a sus perfiles.

Estrategia de Entretenimiento

- *Ñusta Picuasi: 199*
- *Nancy Risol: 35*

Se observa una diferencia significativa en el enfoque del entretenimiento entre ambas creadoras. *Ñusta Picuasi* registra *199 publicaciones* dentro de esta subdimensión, mientras que *Nancy Risol* cuenta con *35 publicaciones* en este eje temático. Esto sugiere que *Ñusta* tiene una mayor inclinación por generar contenido divertido, ligero, emocional y creativo para su audiencia, incluyendo bailes, *vlogs* diarios y retos musicales propuestos por sus seguidores. En contraste, Nancy Risol parece centrarse en otros tipos de contenido, más alineados con las tendencias, el humor y el entretenimiento, con un énfasis particular en la comedia y, en ocasiones, en contenido informativo dentro de las pautas comerciales.

Figura 17

Elementos emocionales de las prescriptoras

Característica	Ñusta Picuasi	Nancy Risol
 Contenido inspirador	111	9
 Contenido empático/emotivo	149	21
 Humor	0	18

Nota: Información del análisis de contenido de ambas prescriptoras para lograr generar una comparativa del contenido publicado

La dimensión de elementos emocionales se centró en analizar cómo las prescriptoras Ñusta Picuasi y Nancy Risol lograron establecer una conexión emocional con sus audiencias mediante el uso de estrategias inspiradoras, empáticas o humorísticas en sus contenidos. Las emociones son un recurso clave en la comunicación digital, ya que potencian la experiencia del usuario, generan empatía y refuerzan el vínculo entre los creadores de contenido y sus seguidores. Esta dimensión se desglosó en tres subdimensiones principales: contenido inspirador, empático o emotivo, y humor, cada una con el propósito de identificar las intenciones y los impactos emocionales que ambas creadoras transmitieron a través de sus publicaciones.

El análisis evidenció que ambas prescriptoras abordan los elementos emocionales de manera distinta. Ñusta Picuasi destacó significativamente en las subdimensiones de *inspirador* con *111 puntos* en sus publicaciones y en *empático o emotivo* un total de *149*, lo que demuestra un esfuerzo por generar contenidos profundamente conectados con el estado emocional de su audiencia. Esto sugiere que sus publicaciones buscan motivar y conmover a sus seguidores, lo que posiblemente contribuye a su impacto en temas culturales y educativos.

Por otro lado, Nancy Risol presentó un uso más equilibrado entre las tres subdimensiones. Aunque obtuvo menos resultados en las categorías de *inspirador*, con un total de *9 puntos* en sus publicaciones y *empático o emotivo* un total de *21*, logrando un desempeño relevante en la subdimensión de *humor*, con un total de *18 puntos*, lo que refleja su estilo característico de entretenimiento y cercanía con su audiencia.

El contraste entre ambas radica en el enfoque: mientras Ñusta priorizó la inspiración y la empatía para conectar emocionalmente, Nancy optó por un contenido más ligero que se basa en la interacción humorística y la autenticidad, lo que refuerza la diversidad de estrategias comunicativas entre ambas prescriptoras.

En definitiva, estos resultados obtenidos demuestran cómo cada prescriptora empleó diferentes emociones para conectar con sus audiencias. Mientras Ñusta Picuasi buscó inspirar y conmover con un enfoque más emocional, Nancy Risol apeló a la ligereza del humor, logrando también un impacto significativo en sus seguidores. Estas diferencias reflejan los objetivos y estilos particulares de cada creadora, resaltando la importancia de adaptar las emociones a las estrategias narrativas y discursivas empleadas.

Figura 18

Tipo de elementos emocionales

Característica	Ñusta Picuasi	Nancy Risol
 Contenido inspirador	111	9
 Contenido empático/emotivo	149	21
 Humor	0	18

Nota: Información del análisis de contenido de ambas prescriptoras para lograr generar una comparativa del contenido publicado.

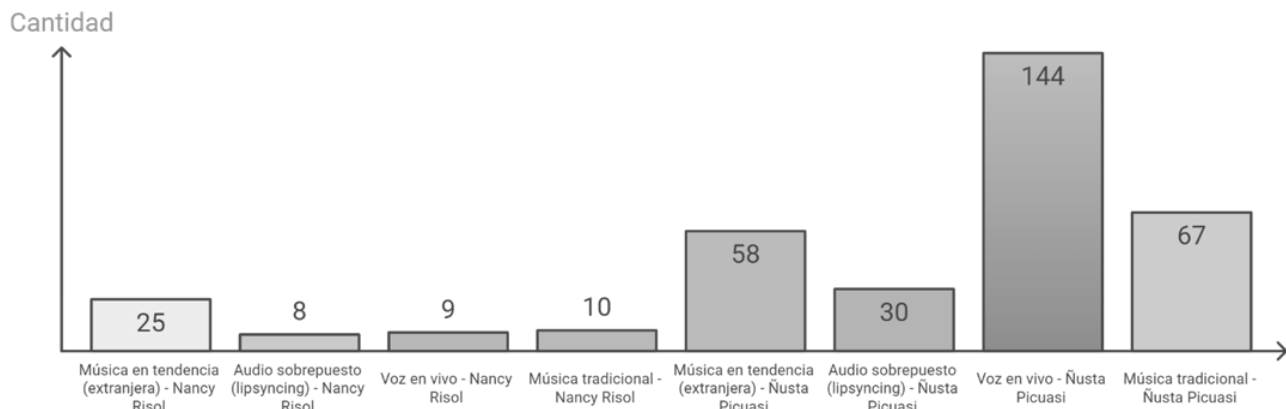
En cuanto a los elementos emocionales, el análisis reveló que *Ñusta Picuasi* destacó significativamente en los subcomponentes de *inspirador* y *empático o emotivo*. Con *111 interacciones* categorizadas como inspiradoras, su contenido muestra una mayor intención de generar admiración y reflexión en su audiencia, reflejando una conexión sólida con su narrativa cultural y tradicional. Además, los 149 registros de contenido empático o emotivo reflejan un énfasis en generar vínculos emocionales profundos, ya sea a través de la identificación personal o de la evocación de sentimientos colectivos.

Por otro lado, *Nancy Risol* presentó un perfil más equilibrado, aunque menos prominente en comparación. Con *9 contenidos inspiradores* y *21 emocionales*, su estilo se centró en generar identificación desde un enfoque más ligero. En el caso del humor, Nancy registró *18 interacciones* humorísticas frente a las *29 de Ñusta*, lo cual evidencia que ambas lograron utilizar este recurso, pero en intensidades diferentes.

La fuerte presencia de elementos inspiradores y emocionales en el contenido de *Ñusta* podría interpretarse como una estrategia clave para reforzar su narrativa cultural y su vínculo con las audiencias interesadas en el rescate de tradiciones. Mientras tanto, el menor uso de estos recursos en Nancy puede asociarse con su énfasis en el humor como herramienta principal para conectar con su público. Esto podría sugerir que Nancy priorizó un tono más cercano y accesible, mientras que *Ñusta* optó por un enfoque más profundo y emocionalmente resonante.

Figura 19

Comparativa del uso de audio en el contenido publicado por ambas prescriptoras



Nota: Información del análisis de contenido de ambas prescriptoras para lograr generar una comparativa del contenido publicado

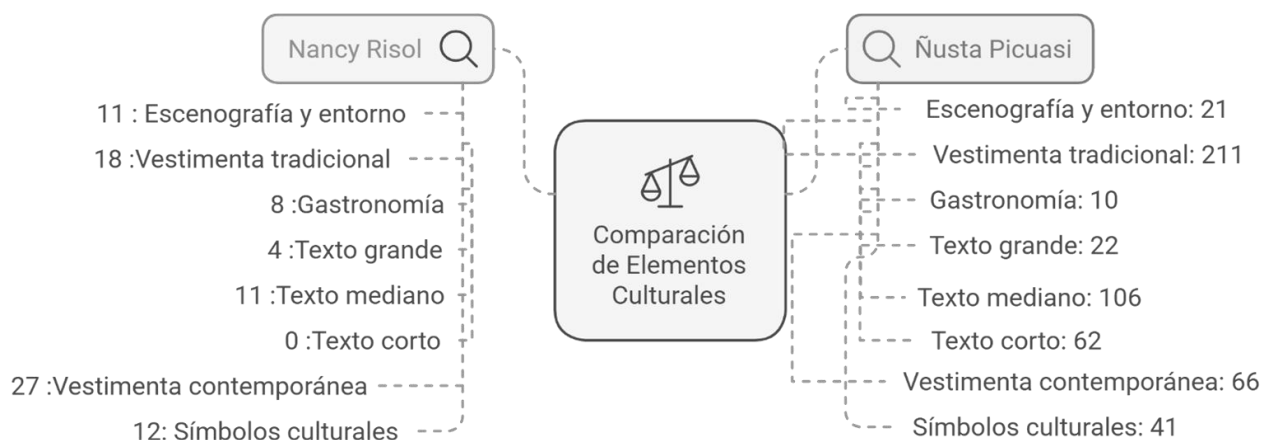
El análisis mostró una diferencia notable entre ambas creadoras en cuanto al uso de recursos auditivos y musicales. *Ñusta Picuasi* utilizó predominantemente *voz en vivo*, lo que quiere decir que uso su voz en todo momento, registrando un total de *144 publicaciones*, lo que refuerza su autenticidad y conexión directa con su público. Asimismo, su uso de *música tradicional* en *67 publicaciones*, indica un enfoque cultural consistente, alineado con su narrativa basada en tradiciones y raíces culturales.

Por otro lado, *Nancy Risol* empleó la música en tendencia, tanto nacional como extranjera en *25 publicaciones*, destacando un enfoque más contemporáneo y globalizado. Aunque también incluyó música tradicional en *10 publicaciones*, esta subdimensión tuvo un peso considerablemente menor en su contenido. Su uso de *audio sobrepuesto (lipsyncing)* y *voz en vivo* fue limitado en *8 y 9 publicaciones*, respectivamente, lo que sugiere una menor dependencia de recursos auditivos auténticos en comparación con *Ñusta*.

La preponderancia de recursos como la voz en vivo y la música tradicional en el contenido de *Ñusta* evidencia su compromiso con el rescate y promoción de elementos culturales autóctonos. Esto contrasta con *Nancy*, quien priorizó la música en tendencia para resonar con un público más joven y global, apuntando hacia un estilo más accesible y menos arraigado en lo tradicional. La diferencia radica en las estrategias narrativas: mientras *Ñusta* busca preservar y resaltar su identidad cultural, *Nancy* utiliza elementos auditivos como herramientas para un contenido más ligero y diversificado.

Figura 20

Tipo de elementos emocionales



Nota: Información del análisis de contenido de ambas prescriptoras para lograr generar una comparativa del contenido publicado

En esta dimensión, se evidenció una clara diferencia en la representación visual entre ambas creadoras. *Ñusta Picuasi* destaca por su amplio uso de vestimenta tradicional con 211 publicaciones, lo que refuerza su enfoque en la exaltación de las raíces culturales y la identidad indígena. De igual manera, incorporó símbolos culturales en 41 publicaciones y el eje de escenografía y entorno tuvo 21 publicaciones con una mayor frecuencia que Nancy, evidenciando una estrategia orientada a sumergir a su audiencia en un contexto cultural específico.

Por otro lado, Nancy Risol utilizó en mayor proporción la vestimenta contemporánea en 27 publicaciones, equilibrando su contenido con un enfoque más moderno y actual. Sin embargo, incluyó su vestimenta tradicional en 18 publicaciones y algunos elementos de símbolos culturales, con un total 12 publicaciones, aunque estos elementos tuvieron menos protagonismo en comparación con *Ñusta*.

En cuanto a los formatos textuales, *Ñusta* empleó una amplia variedad, destacando el uso de texto mediano en 106 publicaciones y texto corto en 62, lo cual refleja una estrategia de comunicación visual diversa y flexible. Por su parte, Nancy utilizó predominantemente texto mediano en 11 publicaciones y apenas recurrió al texto corto o grande, evidenciando un estilo más limitado dentro de esta dimensión.

El análisis de los *elementos visuales* reflejó que *Ñusta Picuasi* priorizó la representación cultural de manera integral, integrando vestimenta tradicional, símbolos culturales y un entorno coherente que refuerza su narrativa identitaria. Este enfoque visual busca transportar al espectador a un contexto auténtico y etnográfico. Por su parte, *Nancy Risol* adoptó un enfoque visual más contemporáneo y minimalista, con menor dependencia de elementos culturales tradicionales, pero aun resaltando algunos aspectos de su identidad ecuatoriana. La elección de elementos visuales en cada creadora evidencia su propósito y

posicionamiento: mientras Ñusta busca preservar y destacar el patrimonio cultural, Nancy equilibra elementos culturales con un estilo más moderno y accesible.

4.1 Análisis cualitativo de las entrevistas

Tabla 5

Análisis y comparativa de las respuestas de los entrevistados

Pregunta integradora	Ana María Larrea	María Evelyn Zambrano	Jorge Vinueza	Análisis comparativo	%
<i>¿Cómo influye TikTok en la representación y difusión de la cultura ecuatoriana o indígena?</i>	TikTok es influyente entre jóvenes y útil para difundir identidad cultural, si se usa con creatividad.	Destaca su impacto en conectar a públicos jóvenes con temas culturales poco representados.	Critica que la plataforma refuerza estereotipos y simplifica la representación de las culturas indígenas.	Larrea y Zambrano ven oportunidades, mientras Vinueza enfatiza los riesgos y limitaciones.	66%
<i>¿Considera que TikTok refuerza estereotipos culturales o limita la diversidad cultural?</i>	Sí, especialmente raciales y físicos. Muchos jóvenes renuncian a su identidad por tendencias globales.	No responde directamente, pero destaca que TikTok censura contenido ofensivo, protegiendo la diversidad.	Sí, refuerza estereotipos culturales y limita la representación auténtica de comunidades indígenas.	Larrea y Vinueza coinciden en su crítica, Zambrano ofrece una visión más neutral.	66%
<i>¿Qué papel juegan los algoritmos de TikTok en la difusión cultural?</i>	Sugiere que, si el contenido cultural es constante, el algoritmo puede favorecerlo.	No abordó directamente el algoritmo, pero menciona el alcance estratégico.	Los algoritmos priorizan lo comercial y mainstream, invisibilizando narrativas indígenas.	Solo Larrea y Vinueza abordan el rol del algoritmo; coinciden en que puede ser un filtro poderoso.	66%
<i>¿Cómo se puede mantener la autenticidad cultural en TikTok frente al consumo rápido y las tendencias globales?</i>	Propone crear contenidos secuenciales, breves y orgánicos para mantener autenticidad y conexión con lo análogo.	Sugiere probar estrategias creativas y adaptarse al público con contenido auténtico no pagado.	Critica la superficialidad, pero reconoce el potencial si se busca profundidad reflexiva.	Todos coinciden en la necesidad de estrategias para preservar autenticidad en un entorno competitivo.	100%
<i>¿Qué estrategias narrativas y audiovisuales permiten conectar con el público sin perder el mensaje cultural?</i>	Propone enseñar desde lo cotidiano: costumbres, vestimenta, gastronomía, zonas rurales, en tono orgánico.	Destaca storytelling, música, gráfica y tono emocional como herramientas efectivas en TikTok.	Valora el humor y el performance indígena como estrategias efectivas si se mantienen auténticas.	Coinciden en que la narrativa visual y emocional es esencial para conectar con el público.	100%
<i>¿Puede TikTok usarse para educar y visibilizar las</i>	Sí, si se construye contenido significativo y se planifica estratégicamente	Sí, destaca que el contenido puede ser educativo y TikTok censura	Reconoce potencial si se va más allá del consumo superficial y se	Los tres coinciden en que TikTok puede ser una herramienta	100%

<i>culturas menos representadas?</i>	para educar con identidad.	comentarios ofensivos.	apuesta por reflexión profunda.	reflexión cultural profunda.	poderosa si se usa con enfoque cultural reflexivo.
--------------------------------------	----------------------------	------------------------	---------------------------------	------------------------------	--

4.2 Interpretación de la tabla de entrevistados

El análisis de los criterios expresados por los expertos entrevistados permite identificar tanto coincidencias como tensiones en torno al rol de TikTok en la difusión y representación de la cultura ecuatoriana. Al integrar las respuestas en preguntas comparativas, se evidenció que el 100% de coincidencia se encuentra en temas como el uso de estrategias narrativas y audiovisuales que permitan conectar con las audiencias, así como en el potencial educativo y cultural de TikTok si se utiliza de forma estratégica y responsable.

Por ejemplo, tanto Ana María Larrea como María Zambrano coinciden en que TikTok puede ser una herramienta poderosa para visibilizar culturas menos representadas, siempre que se apele a formatos creativos, lenguaje emocional y una planificación narrativa coherente. Jorge Vinueza, aunque desde un enfoque más crítico, también reconoce ese potencial, pero advierte que la superficialidad y la lógica algorítmica de la plataforma tienden a priorizar lo comercial y a simplificar las representaciones culturales complejas.

Otro punto clave de coincidencia es la preocupación por la autenticidad del contenido cultural. Los tres expertos coinciden en que el entorno altamente competitivo de TikTok representa un desafío para mantener narrativas auténticas, sin caer en la trivialización o etiquetas culturales. Este punto conecta directamente con los planteamientos teóricos sobre la narrativa digital y la representación simbólica de la identidad cultural en entornos globalizados.

En cuanto al rol de los algoritmos y los estereotipos, Larrea y Vinueza comparten una visión crítica, mientras que Zambrano lo aborda desde la moderación de contenido. Esto sugiere una divergencia parcial, pero no contradictoria, sino más bien complementaria, ya que aportan miradas desde lo técnico, lo ético y lo estructural.

Finalmente, esta triangulación de criterios revela que TikTok puede ser un espacio efectivo para la construcción de identidad cultural si se articulan narrativas creativas, contenido constante y un uso ético de la plataforma. Las coincidencias entre los expertos fortalecen la validez cualitativa del estudio, mientras que las diferencias permiten enriquecer el análisis desde distintas disciplinas: educ comunicación, producción digital y sociología.

Primera entrevista: Experta en redes sociales y TikTok

Ana María Larrea, docente de la Universidad Técnica del Norte, enfatizó el impacto de TikTok en la comunicación y difusión cultural desde el inicio de la pandemia. En Ecuador, con aproximadamente 14 millones de usuarios activos, esta plataforma ha revolucionado la creación de contenido, especialmente entre los jóvenes, consolidándose como una herramienta crucial para la promoción de valores e identidad ecuatoriana.

Sin embargo, Larrea destacó que TikTok puede tanto fortalecer como erosionar la diversidad cultural. Mientras algunos creadores emplean la plataforma para resaltar tradiciones locales, otros adoptan patrones extranjeros, lo que podría generar una pérdida de autenticidad cultural y de identidad. Este fenómeno pone en riesgo la preservación de las tradiciones propias frente a la influencia global.

De acuerdo con Larrea, los contenidos de entretenimiento predominan en la plataforma, mientras que los temas educativos y culturales enfrentan mayores desafíos para alcanzar audiencias significativas. Esto obliga a los creadores a desarrollar estrategias innovadoras que integren elementos culturales en formatos atractivos, adaptados al interés de las audiencias jóvenes.

Además, Larrea señaló que la dinámica de viralización en TikTok perpetúa ciertos estereotipos culturales, raciales y físicos. En este sentido, destacó que muchos jóvenes, al sentirse avergonzados de sus raíces, optan por alinearse con tendencias extranjeras, debilitando su identidad cultural. Este comportamiento refleja una desconexión con las tradiciones locales y una creciente influencia externa.

Para mitigar estas tendencias, Larrea propuso que los creadores utilicen TikTok como un medio para exhibir aspectos cotidianos de la cultura ecuatoriana, tales como vestimenta, gastronomía y costumbres, de manera orgánica y entretenida. Según la docente, este enfoque puede reforzar el vínculo con las raíces culturales y fomentar un sentido de pertenencia.

Por otro lado, TikTok también se presenta como un espacio para la comunicación intercultural, facilitando que los creadores compartan y comparen sus tradiciones a nivel global. Larrea subrayó que esta interacción puede contribuir a visibilizar la riqueza cultural de Ecuador, posicionándola en un escenario internacional.

No obstante, Larrea advirtió sobre la limitación del formato corto de los videos, que restringe la profundidad del contenido cultural. En este contexto, recomendó estructurar los mensajes en series consecutivas, aprovechando la narrativa fragmentada para transmitir historias más completas y significativas, asegurando así un impacto más duradero.

En conclusión, Larrea afirmó que TikTok representa una oportunidad valiosa para proyectar la cultura ecuatoriana al mundo. Sin embargo, destacó la importancia de la creatividad y la planificación estratégica para equilibrar la difusión cultural con la autenticidad, promoviendo una identidad sólida y resiliente entre las nuevas generaciones.

Segunda entrevista: Experta en comunicación digital

María Evelyn Zambrano, licenciada en Comunicación Social y coordinadora de la Maestría en Comunicación con mención en Comunicación Digital, analizó el impacto de TikTok en la comunicación actual. Según Zambrano, el crecimiento de esta red social en los últimos cinco años en Ecuador responde al atractivo de sus videos cortos, los cuales facilitan una comunicación dinámica y efectiva, especialmente entre los jóvenes nativos digitales.

Zambrano destacó que los creadores emplean diversas técnicas narrativas, como el storytelling, la mímica, la música y los gráficos, para captar la atención de los usuarios. Estas

herramientas no solo permiten transmitir emociones, sino también mensajes coherentes que conectan fácilmente con la audiencia de la plataforma.

En cuanto a la visibilización de culturas menos representadas, Zambrano argumentó que los medios digitales ofrecen una oportunidad invaluable. TikTok, en particular, se presenta como una plataforma ideal para atraer a un público joven, interesado en explorar nuevas realidades culturales y sociales.

No obstante, los creadores de contenido cultural enfrentan importantes retos al intentar posicionarse como representantes de sus respectivas culturas. Zambrano indicó que destacar en este ámbito requiere la creación de mensajes auténticos y atractivos que logren conectar con los usuarios sin recurrir a estrategias pagadas. La autenticidad y la habilidad para construir comunidades sólidas se convierten en elementos esenciales para sobresalir en esta red social.

Como ejemplo de éxito, Zambrano mencionó al Museo del Prado, que durante la pandemia utilizó TikTok para ofrecer visitas guiadas virtuales. Este caso demuestra cómo es posible adaptar contenido cultural a formatos digitales y captar la atención de las nuevas generaciones mediante estrategias innovadoras.

Asimismo, Zambrano subrayó que esta plataforma tiene el potencial de educar sobre diversidad cultural. Según ella, las políticas de moderación de TikTok favorecen un ambiente constructivo, lo cual permite a los creadores enfocarse en producir contenido enriquecedor y educativo.

Respecto al papel de los formatos audiovisuales, Zambrano señaló que estos deben ser creativos y profesionales para atraer a la audiencia. Comparó la relevancia de TikTok con el impacto histórico de la televisión y la radio, destacando su capacidad para transmitir mensajes culturales de manera efectiva.

Finalmente, Zambrano enfatizó que uno de los mayores desafíos es mantener la autenticidad en un entorno tan competitivo. Aunque TikTok no cuenta con una representación formal en Ecuador, los creadores pueden aprovechar su algoritmo para experimentar y ajustar sus estrategias en función de la respuesta del público. Este enfoque interactivo permite optimizar el contenido y maximizar su impacto en la audiencia.

Tercera entrevista: Experta en Sociología

Jorge Vinuesa, experto en sociología, reflexionó sobre el impacto de plataformas como TikTok en la representación de las identidades culturales, en particular, de las comunidades indígenas en Ecuador. Según Vinuesa, TikTok, al ser una plataforma masiva y de consumo rápido, tiende a reforzar estereotipos culturales. Las imágenes que se difunden suelen ser fáciles de digerir, lo que limita la representación completa y profunda de las culturas indígenas. En este contexto, el contenido que circula por la red social se vuelve superficial, simplificando la riqueza histórica y cultural de estas comunidades, lo que contribuye a una visión estigmatizada y estereotipada de su identidad.

El experto también analizó el papel de los algoritmos de TikTok, que están diseñados para priorizar el contenido que más interacción genera. Esto, según Vinueza, conduce a una homogeneización de las identidades culturales, ya que los algoritmos favorecen tendencias globales y lo "mainstream", relegando las representaciones indígenas a un lugar secundario. Este enfoque reduce la diversidad cultural, ya que las narrativas más complejas y específicas quedan invisibilizadas en favor de contenidos más simplificados y comerciales.

En cuanto a la cuestión de la apropiación cultural, Jorge subrayó que, aunque existen conversaciones en TikTok sobre este tema, estas no logran generar un impacto real. Las personas consumen contenido cultural sin reflexionar críticamente sobre las implicaciones de apropiarse de símbolos ajenos, lo que, en su opinión, superficializa las prácticas y valores de las culturas indígenas. A menudo, los elementos de estas culturas se disfrutan sin comprender su verdadero significado.

Sin embargo, Vinueza también reconoció que TikTok posee un potencial dual. Aunque la plataforma está orientada hacia la comercialización, puede ser una herramienta para visibilizar las culturas indígenas y promover el rescate de sus tradiciones. Para ello, es fundamental que los usuarios vayan más allá del consumo fugaz y superficial, y busquen un contenido más reflexivo y profundo sobre estas culturas. De esta manera, TikTok podría convertirse en un medio valioso para atraer a las personas hacia temas culturales más complejos.

A pesar de este potencial, Jorge advirtió sobre los riesgos de mercantilizar los elementos tradicionales indígenas dentro de la plataforma. La tendencia a vender productos o imágenes asociadas a estas culturas, sin un respeto auténtico por su significado, podría diluir la identidad cultural indígena. La globalización y la adaptación de estas culturas a las plataformas digitales corren el peligro de reducir su riqueza cultural a una representación comercial y simplificada.

En este contexto, Vinueza también abordó el impacto que las plataformas digitales tienen sobre las lenguas indígenas, como el quichua en Ecuador. La creciente globalización y el consumo de contenido en lenguas dominantes contribuyen a la disminución de estas lenguas, lo que es especialmente preocupante en un entorno como TikTok, donde los elementos culturales indígenas se presentan a menudo de manera estereotipada. Esta representación superficial de las culturas puede contribuir a la pérdida de valoración de las lenguas y tradiciones indígenas.

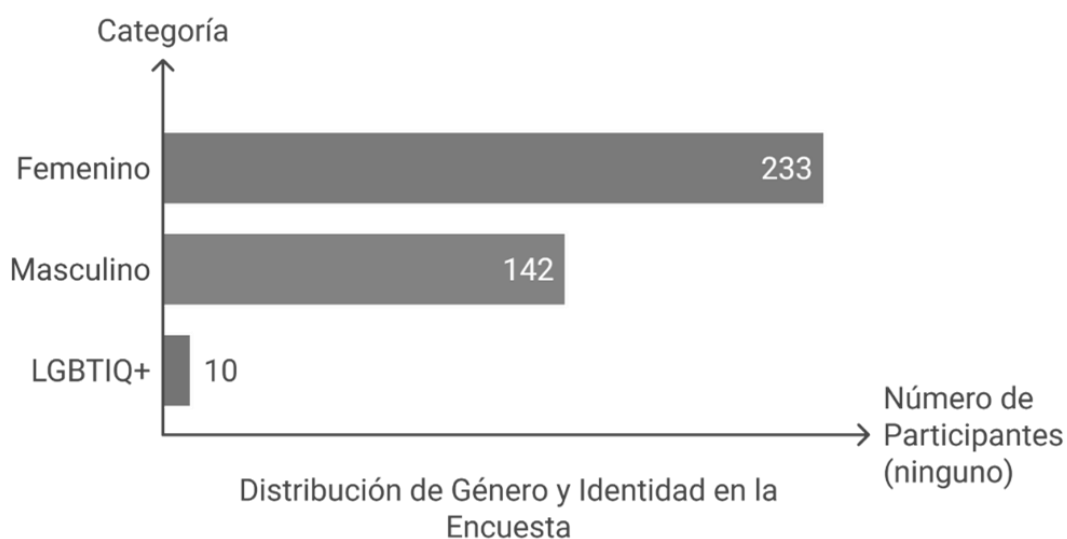
Finalmente, Jorge señaló el desafío de transmitir la profundidad cultural de las identidades indígenas a través de los formatos breves y dinámicos de TikTok. Al referirse al filósofo Walter Benjamin y su concepto de "aura" en las obras de arte, destacó cómo la brevedad de los TikToks puede diluir el significado cultural, reduciendo las identidades indígenas a imágenes rápidas y fáciles de consumir. Aunque esta visibilidad puede ser positiva, el riesgo es que las complejidades de estas culturas queden opacadas por el consumo rápido y superficial de contenido.

4.3 Análisis cuantitativo – encuesta dirigida a un porcentaje de la población, tomada como muestra los estudiantes de la Universidad Técnica del Norte

Estas preguntas iniciales de la encuesta son para tomar datos puntuales de los estudiantes, desde género, edad. Autoidentificación étnica, el uso de TikTok en su diario vivir y el conocimiento personal e ideología que tengan de cada prescriptora.

Figura 21

Identidad de género



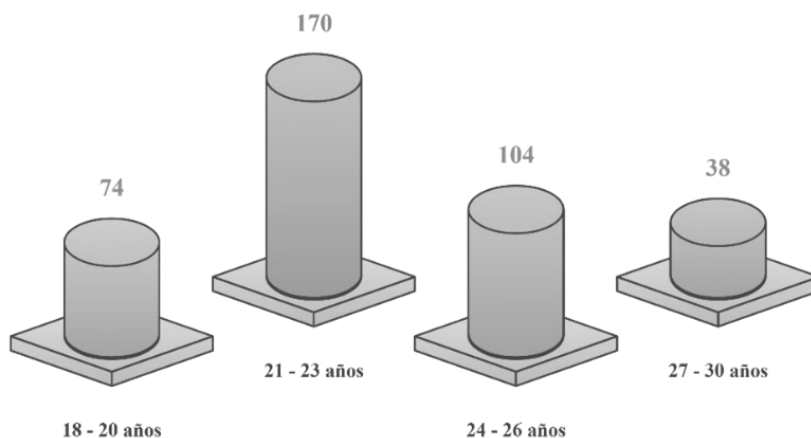
Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

La pregunta relacionada con la distribución de género evidenció una clara predominancia del sexo femenino, con un total de 233 respuestas, frente a las 142 obtenidas por el género masculino. Esta diferencia sugiere una mayor participación de las mujeres en la encuesta, lo que podría asociarse a una disposición más activa hacia este tipo de investigaciones. Asimismo, la presencia del 2,6 % de personas que se identifican como parte de la comunidad LGBTIQ+ resulta significativa, pues demuestra que la encuesta logró incluir diversas identidades.

Esta representatividad contribuye a enriquecer el análisis sobre las percepciones e ideologías que tienen los jóvenes respecto al consumo de contenido relacionado con la cultura y su representación.

Figura 22

Rango de edad



Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

Los encuestados de 21 a 23 años representan la mayoría, constituyendo el 44% del total. Esto sugiere que los jóvenes adultos son los más involucrados con TikTok y, por ende, más conscientes de cómo se representa la cultura en la plataforma. La participación relativamente baja de las personas mayores (27-30 años) puede reflejar una menor presencia o uso de TikTok en estos grupos, lo que limita su perspectiva sobre la representación cultural en medios digitales.

Figura 23

Autoidentificación



Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

La gran mayoría de los encuestados, es decir el 85% se identifican como mestizos, lo que refuerza la idea de que la cultura mestiza es predominante en la comunidad encuestada. Sin

embargo, la representación mínima de las comunidades Afroecuatorianas e indígenas podría indicar una falta de visibilidad o participación de estas comunidades por medio de la encuesta. Este dato muestra cómo ambas prescriptoras indígenas impactan en su comunidad; es posible que su contenido sea más relevante para un público mestizo que para públicos indígenas, afroecuatorianos u otros.

Figura 24

Uso de TikTok

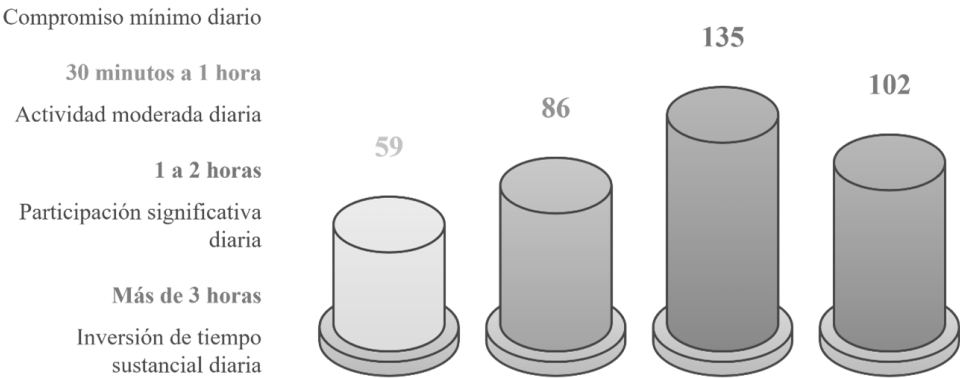


Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

Un 92% de los encuestados son usuarios de TikTok, lo que indica que la plataforma es muy popular en esta demografía. Esto también sugiere que los encuestados están en una mejor posición para opinar sobre la representación cultural dentro de TikTok, ya que su experiencia directa con la plataforma les proporciona un contexto para evaluar tanto el contenido de Nancy Risol como el de Ñusta Picuasi. Este alto porcentaje de usuarios pone de relieve la relevancia del estudio sobre la cultura indígena y la representación a través de redes sociales contemporáneas.

Figura 25

Tiempo de uso de TikTok



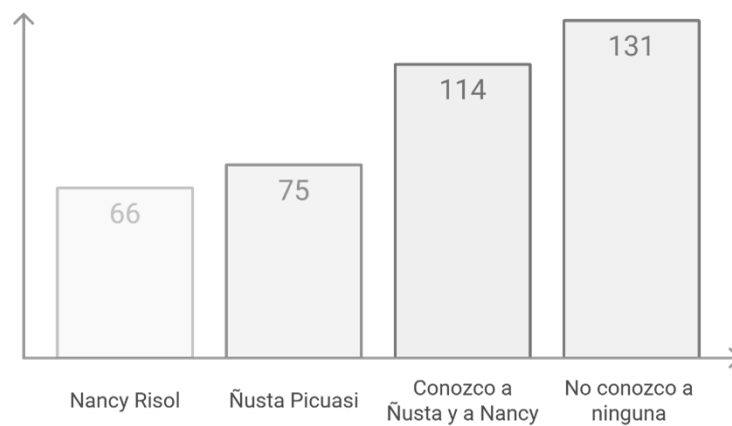
Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

La respuesta más común es de 1 a 2 horas diarias, sugiriendo que los encuestados pasan un tiempo considerable en la plataforma. Este tiempo puede interpretarse que TikTok no es solo una mera distracción, sino una fuente de información, cultura y entretenimiento, lo cual puede influir en su percepción sobre la representación cultural que ofrecen los creadores de contenido. Adicionalmente, el uso prolongado puede estar correlacionado con una mayor probabilidad de desarrollar conexiones con el contenido que consumen, lo que es relevante para el análisis del impacto cultural.

Nota: En este apartado de la encuesta se indagó específicamente si los encuestados conocen a la creadora de contenido **Nancy Risol**. Estas preguntas permitieron medir el nivel de reconocimiento entre los participantes y evaluar el alcance de su presencia en redes sociales. Además, en los casos donde los encuestados indicaron no usar TikTok, se consideró el impacto que podría tener su contenido cultural desde una percepción externa a la plataforma, resaltando su visibilidad más allá del entorno digital inmediato

Figura 26

Conocimiento sobre las prescriptoras de contenido



Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte

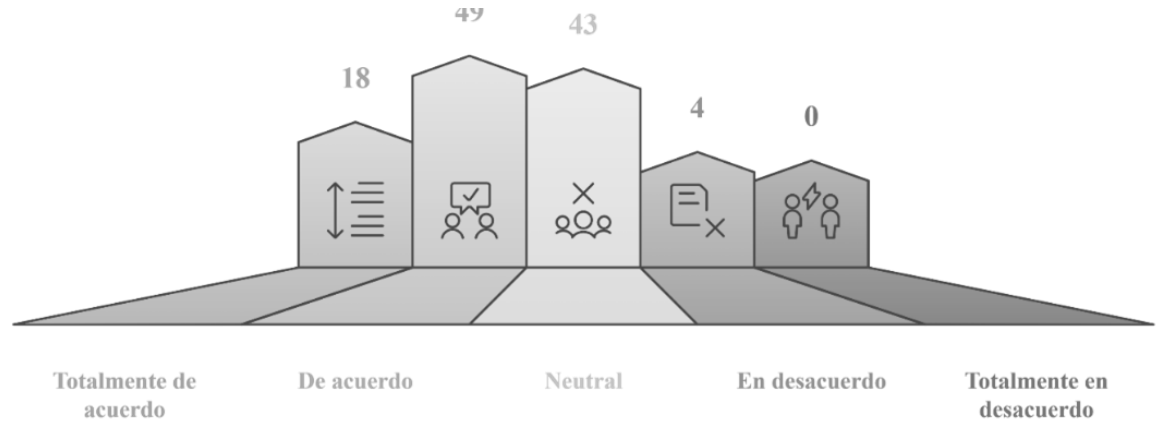
La pregunta sobre el conocimiento de las creadoras de contenido Nancy Risol y Ñusta Picuasi permite evidenciar el grado de reconocimiento que tienen ambas figuras dentro del público joven encuestado. Los resultados muestran que el 24.5% (114 personas) afirma conocer a ambas creadoras, mientras que un 24.6% (131 personas) manifiesta no conocer a ninguna de ellas, lo cual representa la cifra más alta del gráfico.

Por separado, Ñusta Picuasi es ligeramente más reconocida que Nancy Risol, con 75 respuestas frente a 66, lo que podría indicar una mayor presencia o recordación reciente por parte de Ñusta entre ciertos sectores del público. No obstante, el hecho de que una cuarta parte de los encuestados no identifique a ninguna de las dos también sugiere que aún existe una brecha en la visibilidad de estas creadoras, pese a su actividad en plataformas como TikTok. Este dato es crucial para comprender los alcances del contenido cultural digital y su impacto real en la audiencia juvenil.

Preguntas para los participantes que conocen el contenido realizado por Nancy Risol en TikTok

Figura 27

Representación cultural



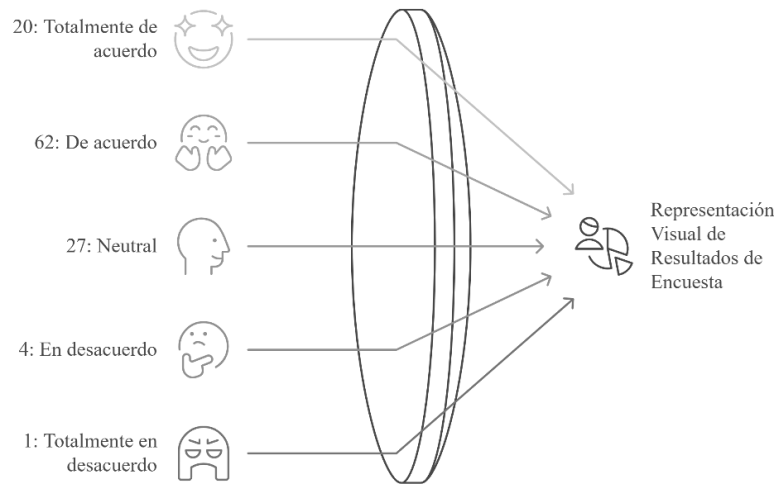
Nota: Información del análisis de contenido de ambas prescriptoras para lograr generar una comparativa del contenido publicado

La mayoría de los encuestados considera que Nancy Risol refleja aspectos importantes de la tradición Saraguro en su contenido, como la vestimenta y las costumbres. Un total de 82 personas (62 de acuerdo y 20 totalmente de acuerdo) respaldan esta afirmación, lo que evidencia una percepción favorable hacia la manera en que se proyecta la identidad cultural en sus videos.

Aunque 27 personas se mostraron neutrales y solo 5 manifestaron desacuerdo, los resultados reflejan que su contenido logra conectar con una amplia audiencia. Esto posiciona a Nancy Risol como una figura relevante en la representación cultural dentro de TikTok, al dar visibilidad a elementos propios de la comunidad Saraguro.

Figura 28

Aspectos tradicionales



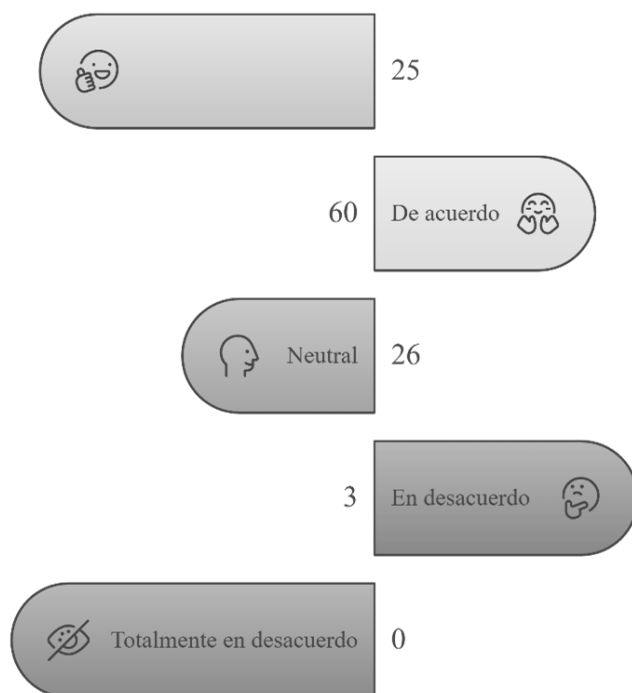
Nota: Información del análisis de contenido de ambas prescriptoras para lograr generar una comparativa del contenido publicado

La octava pregunta evaluó si el contenido de Nancy Risol refleja aspectos importantes de la tradición Saraguro, como la vestimenta y las costumbres. La mayoría de los encuestados respondió positivamente, con 62 personas que estuvieron de acuerdo y 20 que se mostraron totalmente de acuerdo. Esto sugiere que el contenido de la creadora es percibido como una representación válida de la identidad cultural de su comunidad.

En contraste, 27 personas adoptaron una postura neutral, mientras que solo 5 expresaron desacuerdo. Estos datos indican que, aunque hay opiniones divididas, predomina una valoración positiva sobre el aporte cultural de Nancy Risol en sus videos, especialmente en lo relacionado con la visibilización de tradiciones indígenas en plataformas digitales.

Figura 29

Conexión con su público



Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

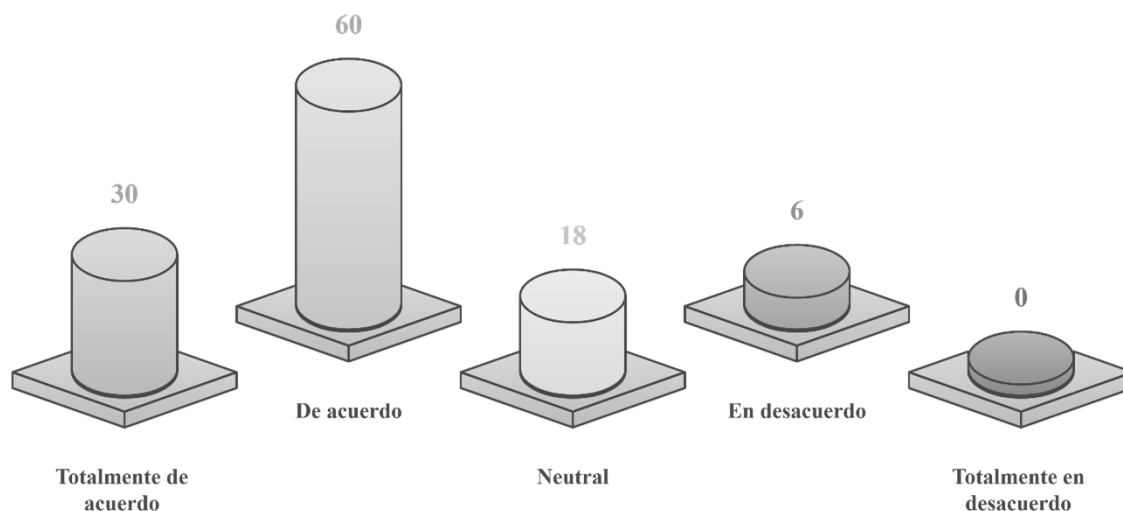
En esta pregunta se evaluó si los videos de Nancy Risol utilizan un enfoque humorístico que permite una mejor conexión con su audiencia y mantiene la esencia de la cultura representada. En este caso, la respuesta fue mayoritariamente positiva, con 85 participantes (60 de acuerdo y 25 totalmente de acuerdo) que validan la efectividad de este enfoque. Esto sugiere que los encuestados perciben que el uso del humor en sus videos no solo facilita la conexión emocional, sino que también preserva la representación cultural auténtica de la comunidad Saraguro.

Por otro lado, 26 personas mantuvieron una postura neutral respecto a esta afirmación, mientras que 3 expresaron desacuerdo, y no hubo respuestas de "totalmente en desacuerdo". Estos resultados indican que, aunque hay un grupo pequeño de encuestados que tiene dudas sobre el impacto del humor en la representación cultural, la perspectiva predominante es que

el enfoque humorístico de Nancy Risol efectivamente contribuye a la difusión y apreciación de la cultura Saraguro en el contexto de las redes sociales.

Figura 30

Preservación cultural



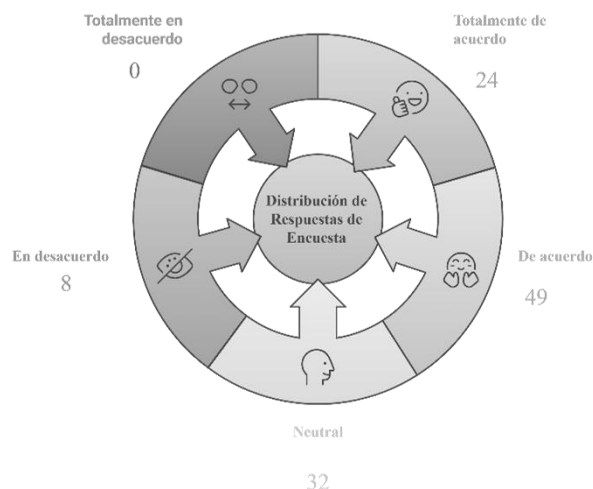
Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

La décima pregunta indagó si el contenido de Nancy Risol constituye un ejemplo positivo de cómo las redes sociales pueden preservar y promover la cultura indígena. Los resultados mostraron que 90 encuestados respondieron de manera favorable: 60 indicaron estar de acuerdo y 30, totalmente de acuerdo. Adicionalmente, 18 participantes se mantuvieron neutrales, mientras que 6 expresaron algún tipo de desacuerdo (5 en desacuerdo y 1 totalmente en desacuerdo). Estos resultados evidencian que, a pesar de la existencia de opiniones diversas, la percepción general sobre el impacto cultural de Nancy Risol es marcadamente positiva.

La mayoría de los encuestados considera que su contenido contribuye significativamente a la visibilidad y valoración de la cultura indígena, lo que sugiere un reconocimiento del potencial de las redes sociales como herramientas efectivas para la promoción y preservación cultural. Esto también demuestra que, incluso a través de formatos breves y con un enfoque humorístico, es posible generar representaciones identitarias que conecten con las audiencias y generen un sentido de pertenencia. En este contexto, el caso de Nancy Risol refuerza la idea de que el entretenimiento no está reñido con la cultura, sino que puede ser un canal eficaz para difundirla de forma accesible y cercana.

Figura 31

Algoritmos de TikTok



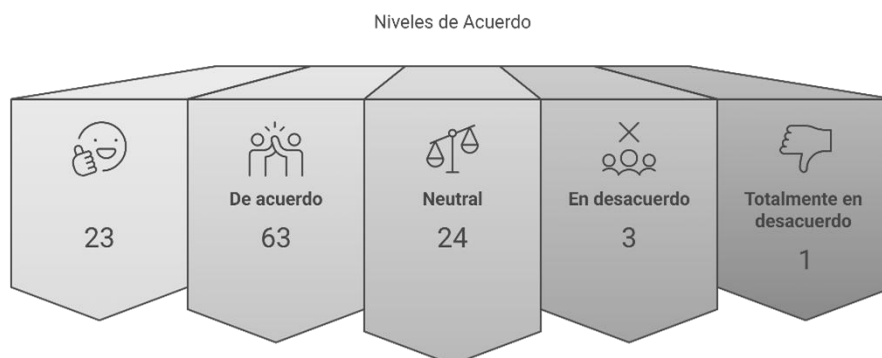
Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

En la pregunta 11, los encuestados fueron cuestionados sobre si creen que los algoritmos de TikTok benefician la difusión del contenido cultural de Nancy Risol, facilitando su reconocimiento como creadora cultural. Los resultados indicaron una inclinación positiva hacia esta creencia: 90 participantes se mostraron de acuerdo, con 49 de ellos afirmando estar simplemente de acuerdo y 24 completamente de acuerdo con la aseveración.

Por otro lado, 32 encuestados optaron por una respuesta neutral, y solo 8 manifestaron desacuerdo (6 en desacuerdo y 2 totalmente en desacuerdo). Este panorama resalta la percepción predominante de que los algoritmos de TikTok son cruciales para la visibilidad del trabajo de Nancy Risol, subrayando su relevancia en el contexto cultural actual.

Figura 32

Visibilidad de las tradiciones



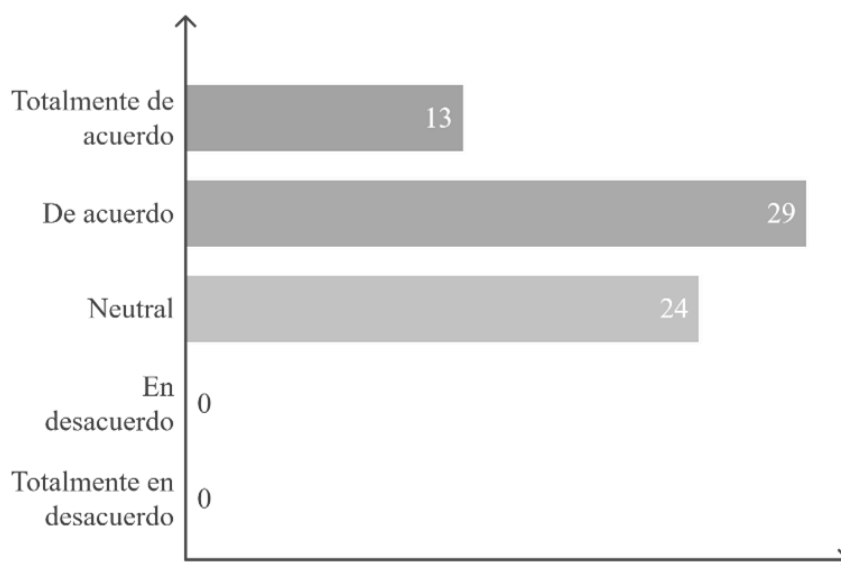
Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

En este apartado se exploró la percepción de los encuestados respecto a si el contenido de Nancy Risol contribuye a la visibilidad de las tradiciones y costumbres de su comunidad en TikTok. Los resultados reflejan un fuerte respaldo a esta idea, con 92 participantes a favor:

49 indicaron estar de acuerdo y 43 totalmente de acuerdo. Además, se registraron 32 respuestas neutrales, mientras que únicamente 9 personas (8 en desacuerdo y 1 totalmente en desacuerdo) no apoyaron la afirmación. Esta tendencia evidencia una percepción generalizada entre los participantes sobre la relevancia del contenido de Nancy Risol como herramienta para representar y difundir aspectos culturales de su entorno comunitario. Su presencia en redes sociales es vista, en gran medida, como un medio eficaz para acercar la cultura indígena a audiencias más amplias y reforzar su valor simbólico en el contexto digital.

Figura 33

Representación cultural



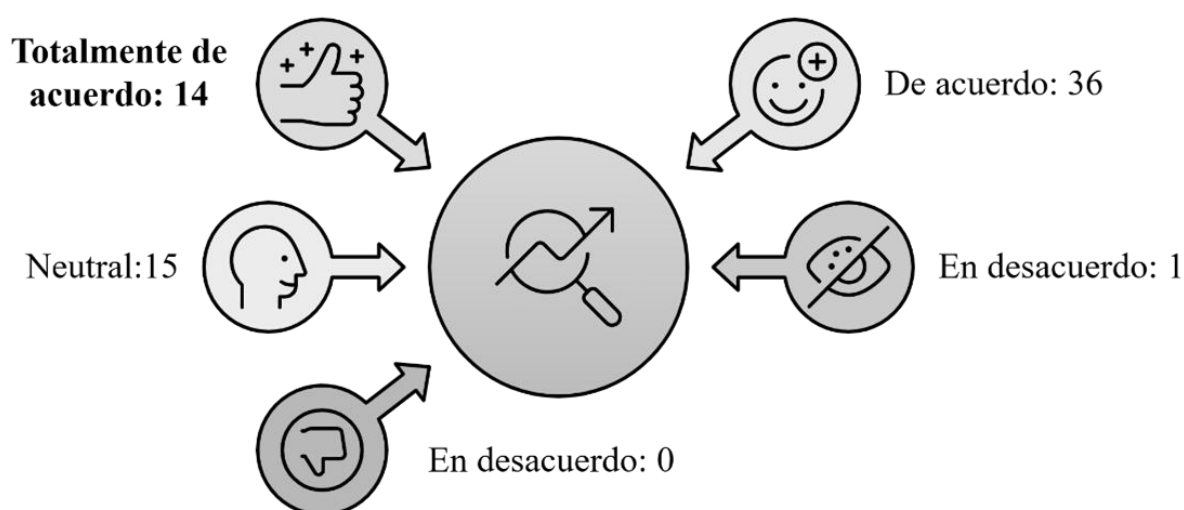
Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

En la pregunta 13, se buscó saber si los participantes consideran que Nancy Risol representa fielmente la cultura Saraguro en sus videos de TikTok. Los resultados muestran que 90 encuestados están de acuerdo con esta afirmación, de los cuales 38 se manifestaron de acuerdo y 25 totalmente de acuerdo.

Del total, 32 respuestas fueron neutras, mientras que solo 9 personas (8 en desacuerdo y 1 totalmente en desacuerdo) no coinciden con la afirmación. Esto resalta una fuerte percepción entre los encuestados de que el contenido de Nancy Risol refleja de manera apropiada los aspectos culturales de su comunidad.

Figura 34

Identidad cultural



Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte

En la pregunta 14, se exploró si los participantes creen que el contenido de Nancy Risol exhibe elementos significativos de la tradición, como la vestimenta y las costumbres, que reflejan la identidad cultural de la comunidad Saraguro. Los resultados indican que 86 encuestados apoyan esta afirmación, con 36 de ellos de acuerdo y 17 totalmente de acuerdo.

Además, hubo 22 respuestas neutras, mientras que solo 4 encuestados (3 en desacuerdo y 1 totalmente en desacuerdo) no concuerdan. Estos resultados subrayan la visión ampliamente positiva de los encuestados sobre la efectividad del contenido de Nancy Risol en representar su cultura.

Figura 35

Narrativa humorística



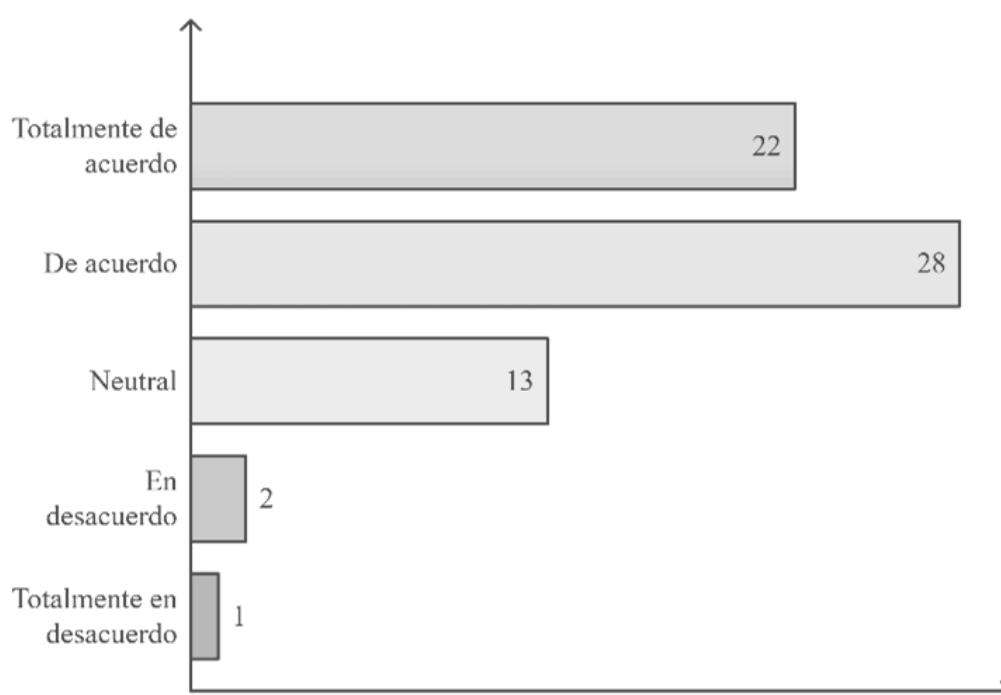
Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte

En la pregunta 15, se indagó si los encuestados consideran que los videos de Nancy Risol utilizan un enfoque humorístico que permite una mejor conexión con su audiencia y mantiene la esencia de la cultura representada. Los resultados indican que 86 participantes están de acuerdo con esta afirmación, de los cuales 36 se manifestaron de acuerdo y 17 totalmente de acuerdo.

Del total, 24 respuestas fueron neutras, mientras que solo 4 encuestados (3 en desacuerdo y 1 totalmente en desacuerdo) no respaldaron la afirmación. Estos resultados reflejan una percepción positiva sobre la capacidad de humor en el contenido de Nancy Risol para conectar con su audiencia manteniendo la autenticidad cultural.

Figura 36

Preservar y promover la cultura



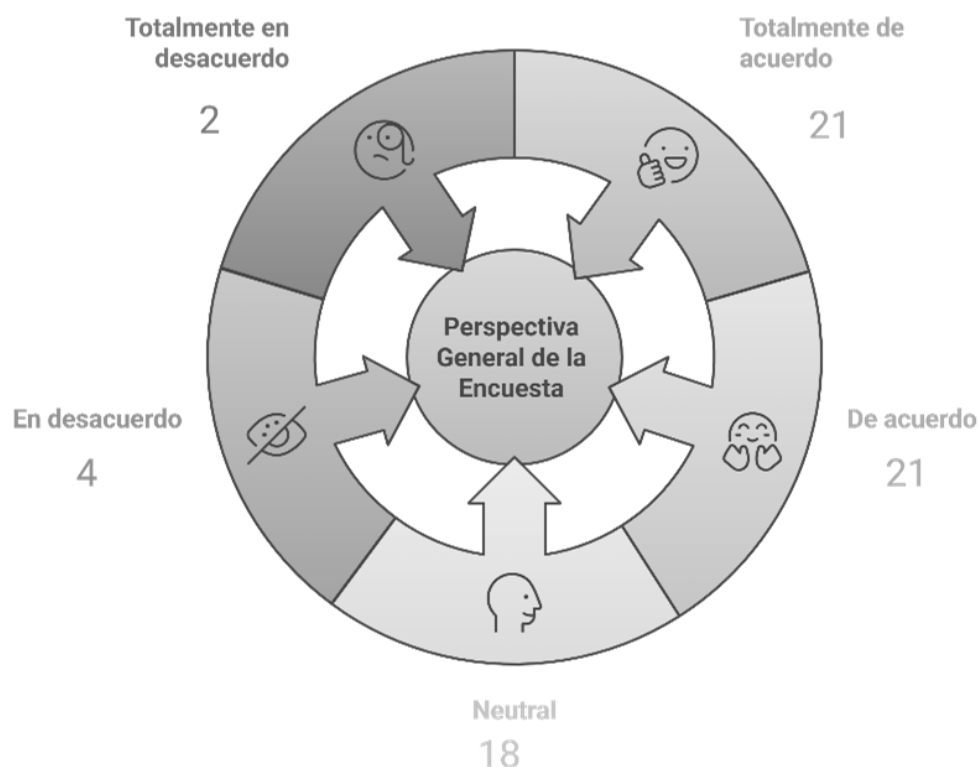
Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte

La décima sexta pregunta indagó si los videos de Nancy Risol, a través de sus contenidos, contribuyen a una mayor visibilidad de las tradiciones y costumbres de su comunidad. Los resultados mostraron que 50 encuestados creen favorablemente en esta afirmación, con 28 personas indicando que están de acuerdo y 22 expresando que están totalmente de acuerdo.

Aunque hubo algunas opiniones neutrales (13) y mínimas en desacuerdo (3), la percepción general es positiva. La mayoría considera que los videos de Nancy Risol no solo reflejan las tradiciones y costumbres de la comunidad Saraguro, sino que también fortalecen su reconocimiento y valoración. Esto demuestra que plataformas como TikTok pueden ser efectivas para promover la identidad cultural, posicionando a Nancy Risol como una figura clave en su difusión.

Figura 37

Algoritmos de TikTok y su difusión cultural



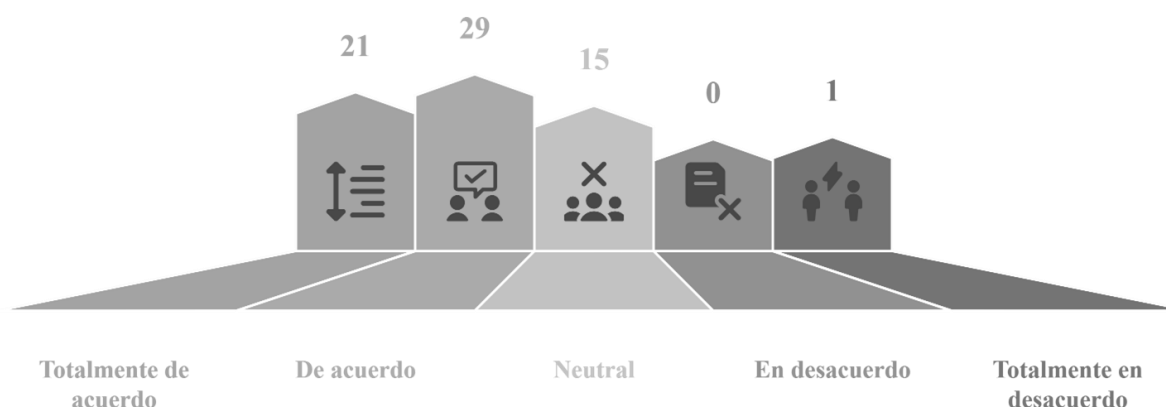
Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

La pregunta 17 exploró si los encuestados creen que los algoritmos de TikTok favorecen la difusión del contenido cultural de Nancy Risol. Un total de 42 personas coincidieron positivamente con esta afirmación, divididas entre quienes están de acuerdo (21) y quienes están totalmente de acuerdo (21). Por otro lado, 18 se mostraron neutrales y solo 6 expresaron algún tipo de desacuerdo.

Estos resultados sugieren que, en general, los algoritmos de TikTok son percibidos como un recurso útil para ampliar el alcance del contenido cultural. La mayoría de los encuestados considera que esta visibilidad contribuye al reconocimiento del trabajo de Nancy Risol y refuerza su rol como difusora de la identidad cultural Saraguro a través de plataformas digitales.

Figura 38

Tradiciones y costumbres



Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte

La pregunta dieciocho indagó si el contenido de Nancy Risol es un ejemplo positivo de cómo las redes sociales pueden preservar y promover la cultura indígena. Los resultados reflejan las siguientes opiniones: 21 encuestados están totalmente de acuerdo, 29 están de acuerdo, y 15 se mantuvieron neutrales. Además, no hubo participantes que se mostraran en desacuerdo, excepto una persona que expresó estar totalmente en desacuerdo.

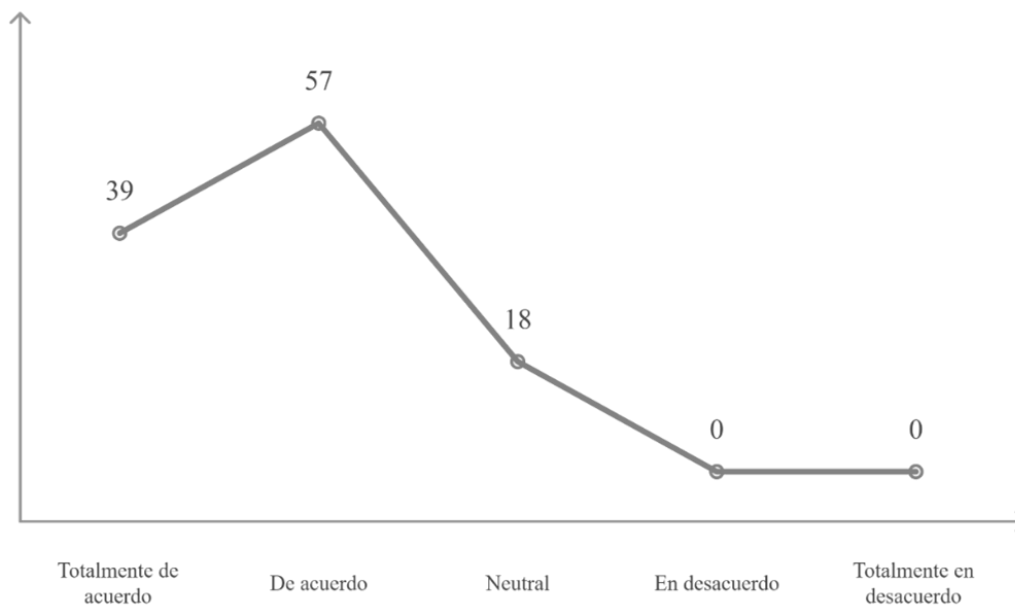
Estos datos indican que una gran mayoría de los encuestados considera que el trabajo de Nancy Risol en TikTok representa un modelo positivo de cómo las redes sociales pueden ser utilizadas para resaltar y fomentar las tradiciones culturales indígenas.

La falta de desacuerdo significativo sugiere que su contenido es ampliamente valorado en este sentido, apoyando la idea de que plataformas digitales como TikTok pueden desempeñar un papel crucial en la preservación y promoción de la cultura. Esto respalda aún más la relevancia de creadoras de contenido como Risol en la actual configuración cultural y social.

Nota: En este apartado de la encuesta se indagó específicamente si los encuestados conocen a la creadora de contenido Ñusta Picuasi. Esta pregunta permitió medir el nivel de reconocimiento que tiene la influencer entre los participantes, así como evaluar el alcance de su presencia en redes sociales. Adicionalmente, en los casos en que los encuestados manifestaron no utilizar TikTok, se valoró la percepción externa sobre su contenido cultural, destacando su visibilidad más allá del entorno digital inmediato

Figura 39

Representación cultural



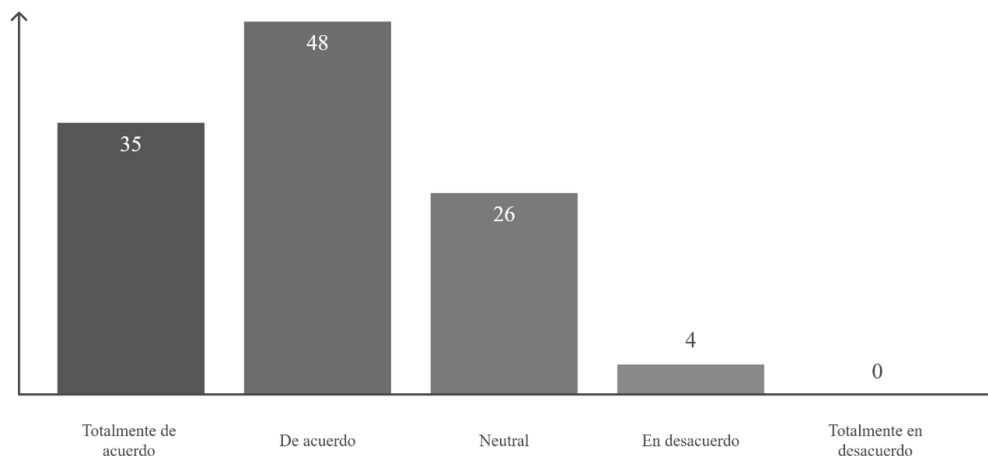
Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

La mayoría de los encuestados considera que Ñusta Picuasi representa fielmente la cultura de Otavalo en sus videos de TikTok. Un total de 96 personas manifestaron estar de acuerdo con esta afirmación (57 de acuerdo y 39 totalmente de acuerdo), lo cual refleja un fuerte respaldo a la autenticidad cultural proyectada por la creadora en su contenido digital.

Además, 18 participantes se mantuvieron neutrales, y no se registraron respuestas en desacuerdo. Esta ausencia de opiniones negativas refuerza la percepción positiva general y sugiere que Ñusta Picuasi es vista como una figura coherente con las tradiciones culturales que representa, posicionándose como una referente destacada en la difusión de la identidad otavaleña a través de plataformas digitales.

Figura 40

Representación cultural en el contenido publicado



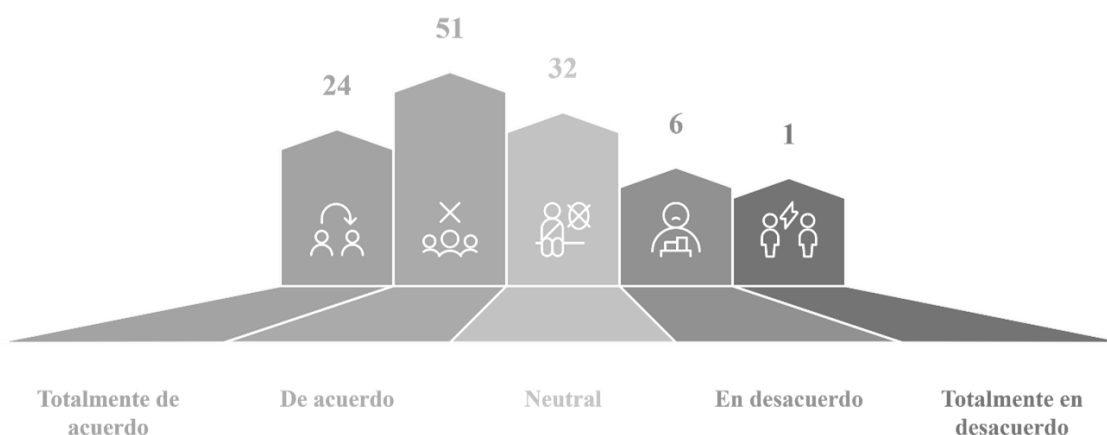
Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte

La mayoría de los encuestados considera que el contenido de Ñusta Picuasi muestra aspectos importantes de la tradición de su comunidad, como la música, la vestimenta y las costumbres. En total, 83 personas coincidieron con esta afirmación (48 de acuerdo y 35 totalmente de acuerdo), lo que evidencia una valoración positiva hacia la representación cultural que proyecta en sus videos.

Aunque 26 participantes adoptaron una postura neutral y 4 estuvieron en desacuerdo, no se registraron respuestas en total desacuerdo. Esto indica que, en general, su contenido es percibido como una expresión auténtica de la identidad otavaleña, destacando su aporte a la preservación y difusión de elementos culturales en espacios digitales como TikTok.

Figura 41

Autenticidad cultural



Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte

Los resultados reflejan que una mayoría de los encuestados percibe que los videos de Ñusta Picuasi integran con éxito elementos de humor y educación, manteniendo al mismo tiempo la autenticidad cultural. Un total de 75 personas se mostraron de acuerdo con esta afirmación (51 de acuerdo y 24 totalmente de acuerdo), lo cual sugiere que su contenido logra conectar emocionalmente con la audiencia sin perder el enfoque en sus raíces culturales.

Por otro lado, 32 personas se mantuvieron neutrales, mientras que solo 7 manifestaron algún nivel de desacuerdo. Estas cifras indican que, aunque existen opiniones diversas, la tendencia predominante es favorable, posicionando a Ñusta Picuasi como una creadora que combina el entretenimiento con la transmisión de valores culturales de manera efectiva.

La mayoría de los encuestados considera que el contenido de Ñusta Picuasi representa un ejemplo positivo del uso de redes sociales para preservar y promover la cultura indígena. Un total de 90 personas coincidieron con esta afirmación (56 de acuerdo y 34 totalmente de acuerdo), lo que evidencia una percepción favorable respecto al impacto cultural que genera su presencia en plataformas digitales.

Figura 42

Preservación cultural

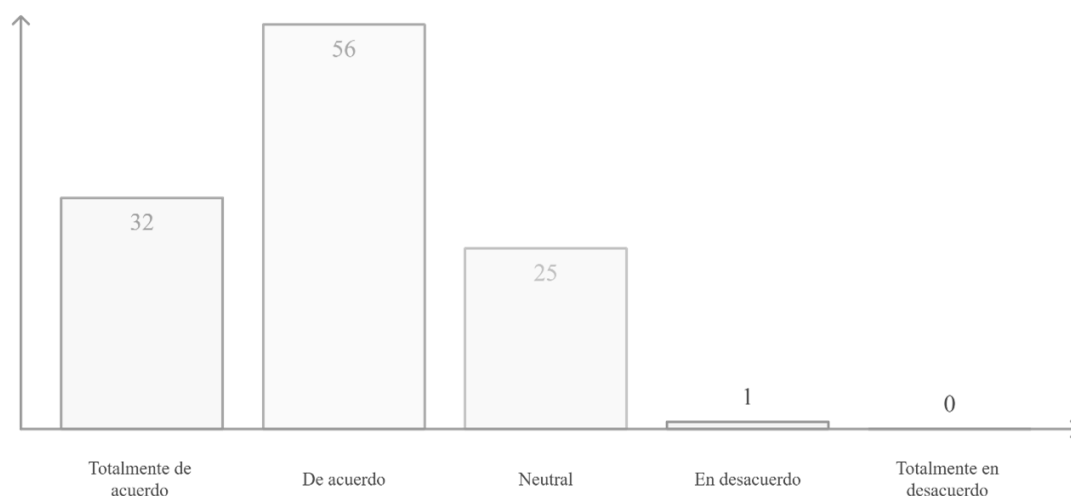


Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte

Por su parte, 22 personas se mostraron neutrales y solo 2 expresaron desacuerdo, mientras que no se registraron respuestas en total desacuerdo. Estos datos refuerzan la idea de que Ñusta Picuasi es valorada como una figura que contribuye activamente a la visibilidad y fortalecimiento de la identidad indígena en espacios virtuales, aprovechando el potencial de las redes sociales como herramientas de difusión cultural.

Figura 43

Algoritmos de TikTok



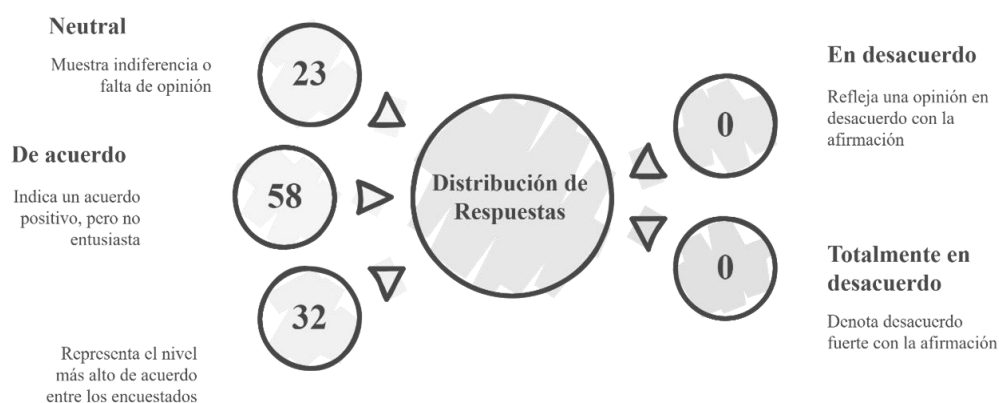
Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

La mayoría de los encuestados considera que los algoritmos de TikTok contribuyen a que el contenido cultural de Ñusta Picuasi tenga mayor alcance y reconocimiento. Un total de 88 personas respaldaron esta afirmación (56 de acuerdo y 32 totalmente de acuerdo), lo que evidencia una percepción general positiva sobre el rol de la plataforma en la difusión del contenido indígena.

Además, 25 participantes adoptaron una postura neutral y solo 1 persona expresó desacuerdo. La ausencia de respuestas en total desacuerdo refuerza la idea de que el funcionamiento algorítmico de TikTok es visto como una herramienta eficaz para visibilizar y valorar el trabajo cultural de Ñusta Picuasi ante una audiencia más amplia.

Figura 44

Tradiciones y costumbres



Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

Los resultados muestran que, de un total de 113 respuestas, 32 respuestas de los encuestados está "totalmente de acuerdo" con la afirmación de que los videos de Ñusta Picuasi contribuyen a una mayor visibilidad de las tradiciones y costumbres de su comunidad. Un 58% de los participantes están "de acuerdo", lo que refuerza la idea de que la mayoría considera que sus videos tienen un impacto positivo en este aspecto cultural. Por otro lado, 23 respuestas de los participantes se muestran "neutral", indicando que no tienen una postura definitiva al respecto. Es relevante destacar que no se registraron respuestas en las opciones "en desacuerdo" (0%) ni "totalmente en desacuerdo" (0%), lo que sugiere que nadie considera que los videos de Ñusta Picuasi tengan un efecto negativo o nulo en cuanto a visibilizar las tradiciones y costumbres de su comunidad.

Figura 45

Representación de la cultura otavaleña



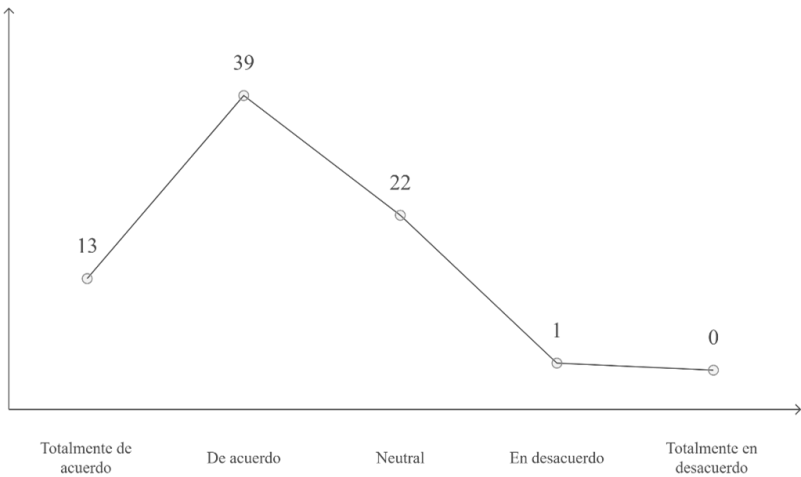
Nota: Autoría propia, con base a información recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

Con respecto a la afirmación de que Ñusta Picuasi representa fielmente la cultura de Otavalo en sus videos de TikTok, la mayoría de los encuestados tiene una visión positiva, con un 13% (13 respuestas) "totalmente de acuerdo" y un 43% (32 respuestas) "de acuerdo". Esto demuestra que, en conjunto, un 56% de los participantes perciben que la representación cultural de Ñusta Picuasi en sus videos es auténtica y fiel a la cultura de Otavalo. Por otro lado, un 37% (28 respuestas) adoptó una postura neutral, lo que sugiere que no tienen una opinión clara sobre la fidelidad en la representación cultural. Es importante destacar que solo un pequeño porcentaje, compuesto por un 1% (1 respuesta) en desacuerdo y un 1% (1 respuesta) totalmente en desacuerdo, no respalda la afirmación. Este bajo nivel de desacuerdo refuerza la idea de que la mayoría considera que los videos de Ñusta Picuasi, en

general, son una representación adecuada de la cultura otavaleña, aunque existe un porcentaje notable de personas que se mantienen neutrales sobre este aspecto.

Figura 46

Identidad cultural

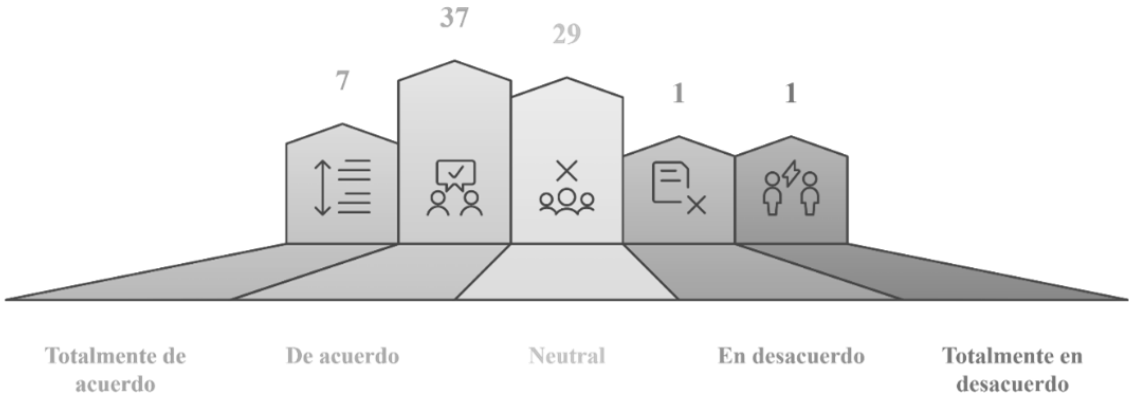


Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

Los resultados de esta pregunta muestran una percepción mayoritariamente positiva sobre la representación de la identidad cultural en los videos de Ñusta Picuasi. Un 17% (13 respuestas) está "totalmente de acuerdo" y un 52% (39 respuestas) está "de acuerdo", lo que refleja que el 69% de los encuestados considera que el contenido de Ñusta Picuasi muestra aspectos clave de la tradición, como música, vestimenta y costumbres, los cuales reflejan fielmente la identidad cultural de su comunidad. Sin embargo, un 29% (22 respuestas) se mantiene neutral, lo que podría indicar cierta ambigüedad o falta de información clara sobre este aspecto. Solo un 1% (1 respuesta) expresó estar "en desacuerdo" con la afirmación, y no hubo respuestas "totalmente en desacuerdo". Esto sugiere que, en general, los videos de Ñusta Picuasi son vistos como un reflejo importante de la tradición cultural de su comunidad, aunque un pequeño grupo de personas aún se muestra indeciso al respecto.

Figura 47

Conexión con su audiencia

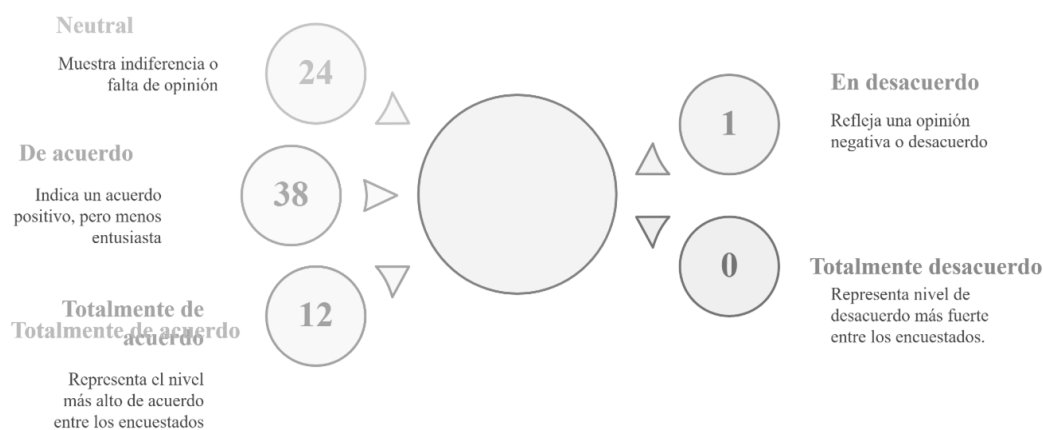


Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte

En relación con la integración de elementos de humor y educación en los videos de Ñusta Picuasi, la mayoría de los encuestados muestra una postura positiva. Un 9% (7 respuestas) está "totalmente de acuerdo" y un 49% (37 respuestas) está "de acuerdo", lo que refleja que un 58% de los participantes considera que estos elementos fortalecen la conexión con la audiencia y mantienen la autenticidad cultural en sus contenidos. Sin embargo, un 39% (29 respuestas) se mostró "neutral", lo que sugiere que una parte significativa de los encuestados no tiene una opinión clara sobre cómo estos elementos contribuyen a la relación con su audiencia o la autenticidad cultural. Solo un 3% (2 respuestas) expresó desacuerdo (1 en desacuerdo y 1 totalmente en desacuerdo), lo que indica que, aunque hay una pequeña minoría en desacuerdo, la percepción general sigue siendo favorable hacia la combinación de humor y educación en los videos de Ñusta Picuasi.

Figura 48

Preservar y promover la cultura indígena



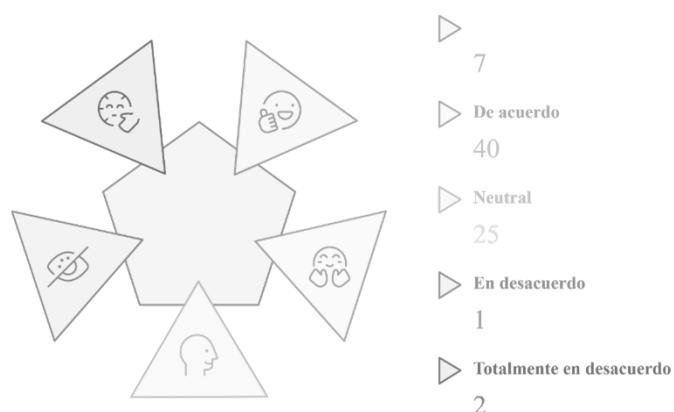
Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

En cuanto a la afirmación de que el contenido de Ñusta Picuasi es un ejemplo positivo de cómo las redes sociales pueden preservar y promover la cultura indígena, los resultados muestran una percepción general favorable. Un 16% (12 respuestas) está "totalmente de acuerdo" y un 51% (38 respuestas) está "de acuerdo", lo que da como resultado un 67% de apoyo a la idea de que su contenido tiene un impacto positivo en la preservación y promoción de la cultura indígena a través de las redes sociales.

Por otro lado, un 32% (24 respuestas) se mostró "neutral", lo que podría indicar una falta de certeza sobre el papel de las redes sociales en este contexto o una postura menos comprometida. Solo un 1% (1 respuesta) estuvo "en desacuerdo" con la afirmación, y no hubo respuestas "totalmente en desacuerdo". Esto refuerza la idea de que, en general, el contenido de Ñusta Picuasi es visto como un buen ejemplo del uso de las redes sociales para promover la cultura indígena.

Figura 49

Algoritmos de TikTok

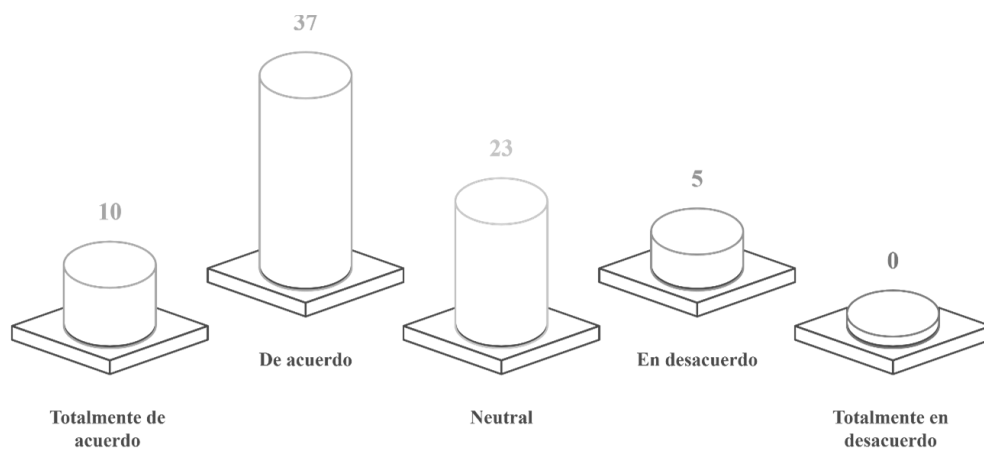


Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

Los resultados de esta pregunta muestran una apreciación general sobre el impacto positivo de los algoritmos de TikTok en la difusión del contenido cultural de Ñusta Picuasi. Un 9% (7 respuestas) está "totalmente de acuerdo" y un 53% (40 respuestas) está "de acuerdo", lo que representa un 62% de los encuestados que consideran que los algoritmos de TikTok ayudan a que el contenido de Ñusta Picuasi llegue a una audiencia más amplia y se reconozca su valor como creadora de contenido cultural. Sin embargo, un 33% (25 respuestas) adoptó una postura "neutral", lo que indica que no tienen una opinión clara sobre el impacto de los algoritmos de la plataforma en este contexto. Solo un pequeño porcentaje, un 4% (3 respuestas), estuvo en desacuerdo con la afirmación (1 en desacuerdo y 2 totalmente en desacuerdo), lo que sugiere que, en su mayoría, los encuestados perciben que los algoritmos de TikTok son beneficiosos para la visibilidad y el reconocimiento del contenido cultural de Ñusta Picuasi.

Figura 50

Tradiciones y costumbres de su comunidad



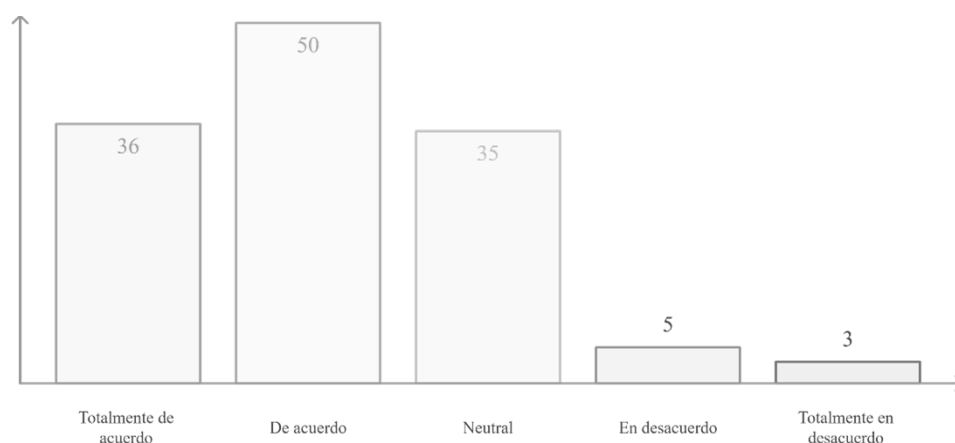
Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

La mayoría de los encuestados considera importante la autenticidad en la representación cultural en TikTok. Un total de 80 personas (40% totalmente de acuerdo y 67% de acuerdo) ve la autenticidad como un aspecto clave en los contenidos. Por otro lado, 39 personas (52%) adoptaron una postura neutral, mientras que solo 10 personas (7% en desacuerdo y 4% totalmente en desacuerdo) no están de acuerdo con esta idea. Esto sugiere que la mayoría valora la autenticidad cultural, aunque algunos aún tienen dudas o no consideran tan relevante este aspecto.

Nota: En este apartado de la encuesta se indagó específicamente si los encuestados conocían a las creadoras de contenido Ñusta Picuasi y Nancy Risol, incluso si no eran usuarios activos de TikTok. Las preguntas permitieron explorar cómo se percibe la difusión cultural desde fuera de esta plataforma, evaluando tanto el nivel de reconocimiento como la valoración del contenido cultural desde una perspectiva externa al entorno digital. De esta manera, se buscó identificar el alcance que tienen ambas creadoras en la visibilización de las tradiciones y expresiones culturales, más allá del consumo directo en TikTok, resaltando el impacto social y cultural de sus propuestas.

Figura 51

Percepción cultural de las comunidades indígenas

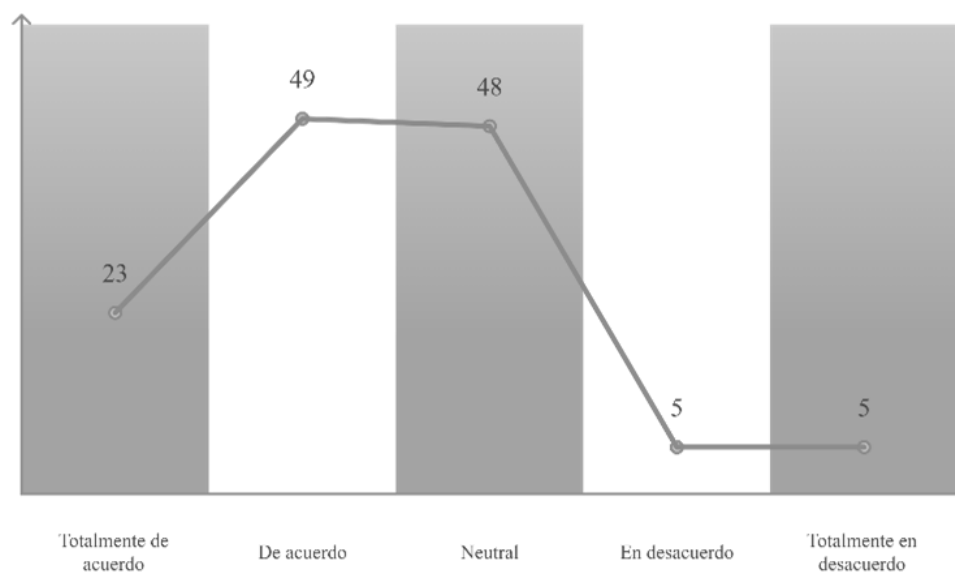


Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

Los resultados muestran una clara percepción positiva sobre la capacidad de los creadores de contenido en TikTok para influir en la percepción cultural de las comunidades indígenas en Ecuador. Un 48% (36 respuestas) está "totalmente de acuerdo" y un 67% (50 respuestas) está "de acuerdo", lo que indica que un 75% de los encuestados considera que los creadores de contenido en TikTok tienen un impacto significativo en la forma en que se percibe la cultura indígena en el país. Aunque un 47% (35 respuestas) adoptó una postura "neutral", lo que puede reflejar incertidumbre o falta de información sobre el tema, solo un 11% (8 respuestas) se mostró en desacuerdo (5 en desacuerdo y 3 totalmente en desacuerdo). Esto refuerza la idea de que, en general, los encuestados ven a los creadores de contenido de TikTok como actores importantes en la modificación o el fortalecimiento de la percepción cultural de las comunidades indígenas en Ecuador.

Figura 52

Preservación y simplificación de elementos culturales



Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

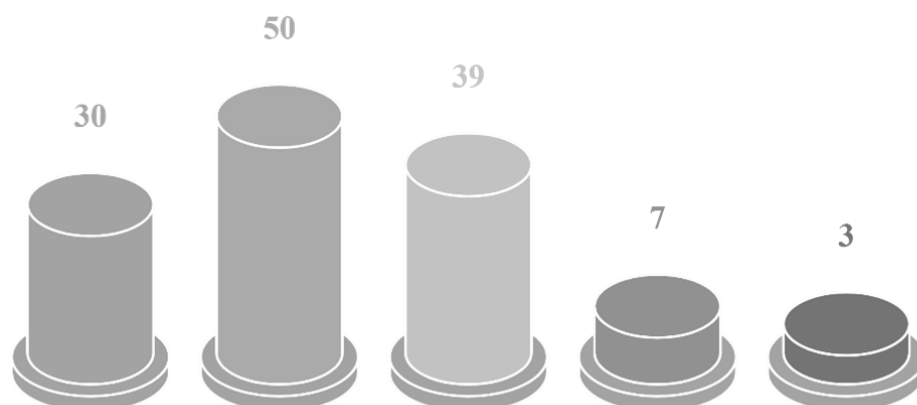
En cuanto a la afirmación de que los elementos culturales representados en los videos de TikTok ayudan a preservar tradiciones culturales o tienden a simplificarlas, los resultados muestran una inclinación positiva hacia la preservación cultural. Un 31% (23 respuestas)

está "totalmente de acuerdo" y un 65% (49 respuestas) está "de acuerdo", lo que sugiere que el 96% de los encuestados considera que los elementos culturales en los videos de TikTok contribuyen a la preservación de las tradiciones. Por otro lado, un 64% (48 respuestas) adoptó una postura neutral, lo que podría indicar dudas o la percepción de que no se tiene suficiente información sobre cómo estos elementos culturales afectan la tradición de manera directa. En cuanto a las posturas negativas, un 7% (5 respuestas) está "en desacuerdo" y un 7% (5 respuestas) "totalmente en desacuerdo", lo que refleja que un pequeño grupo de encuestados no está convencido de que los videos de TikTok ayuden a preservar las tradiciones, y podrían verlos como una forma de simplificación o distorsión de las mismas.

Esto sugiere una percepción general positiva hacia la preservación cultural a través de TikTok, aunque una porción considerable de personas se mantiene neutral o tiene dudas sobre el impacto real de los videos.

Figura 53

Autenticidad cultural

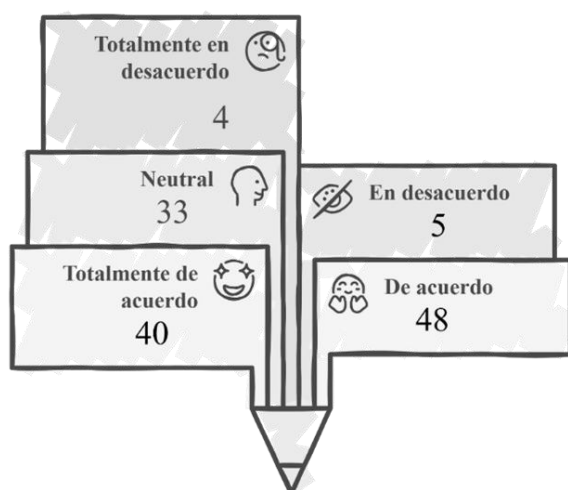


Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

La mayoría de los encuestados considera que la autenticidad en la representación cultural en TikTok es importante. Un total de 80 personas (40% totalmente de acuerdo y 67% de acuerdo) consideran que la autenticidad es clave en los contenidos culturales que se comparten en la plataforma. Por otro lado, 39 personas (52%) adoptaron una postura neutral, lo que puede indicar que no perciben una gran diferencia o impacto en la autenticidad de la representación cultural en TikTok. Solo 10 personas (7% en desacuerdo y 4% totalmente en desacuerdo) no están de acuerdo con la importancia de la autenticidad cultural en estos videos. Esto sugiere que, en general, la mayoría valora la autenticidad, aunque algunos aún tienen dudas o no consideran este aspecto tan relevante.

Figura 54

Elementos culturales tradicionales



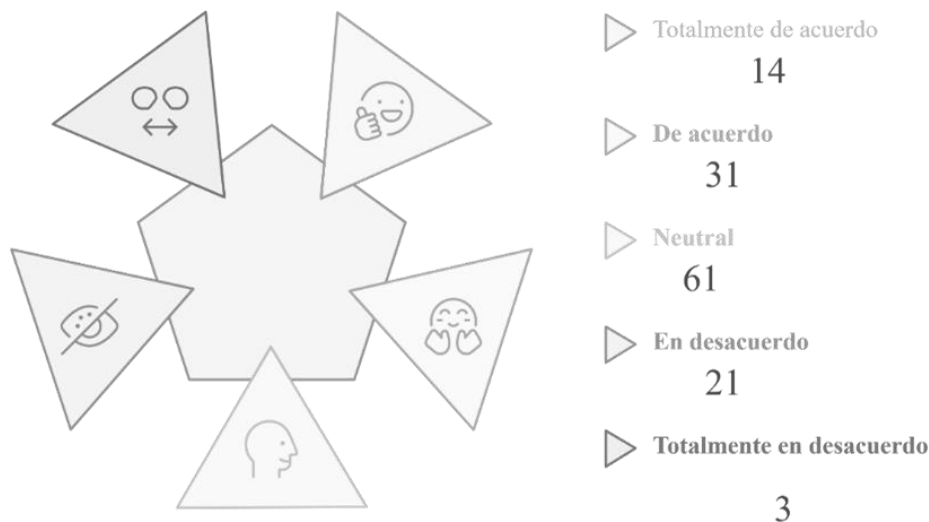
Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

La mayoría de los encuestados considera importante la autenticidad en la representación cultural en TikTok. Un total de 80 personas (30 totalmente de acuerdo y 50 de acuerdo) ve

la autenticidad como un aspecto clave en los contenidos. Por otro lado, 39 personas adoptaron una postura neutral, mientras que solo 10 personas (7 en desacuerdo y 3 totalmente en desacuerdo) no están de acuerdo con esta idea. Esto sugiere que la mayoría valora la autenticidad cultural, aunque algunos aún tienen dudas o no consideran tan relevante este aspecto.

Figura 55

Riqueza cultural en TikTok

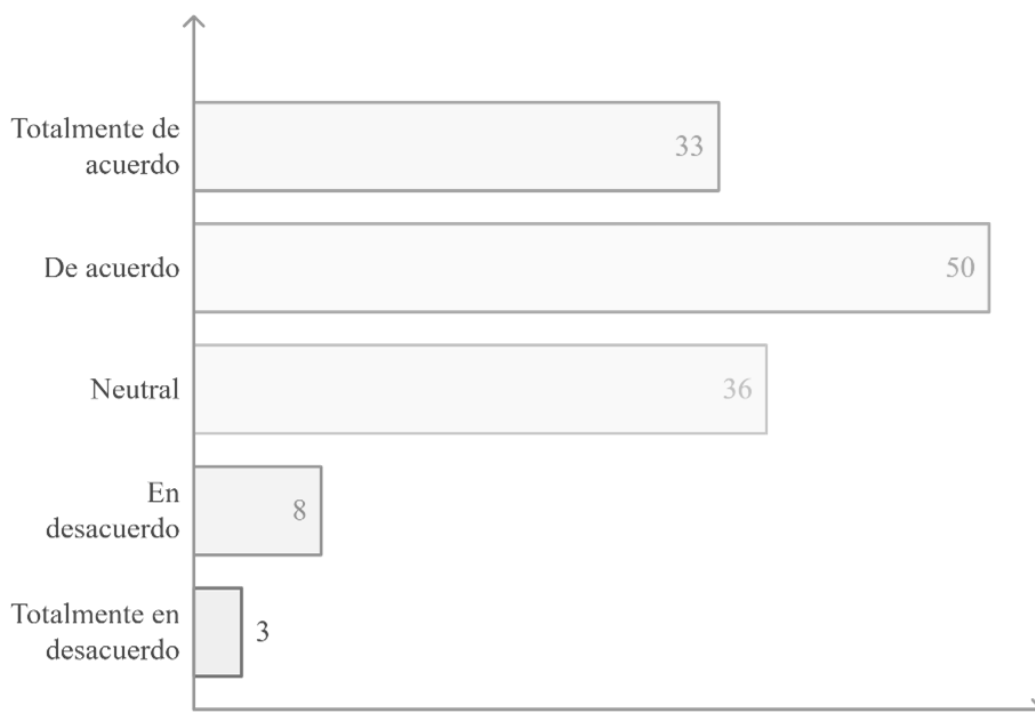


Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

Los resultados indican que la percepción sobre la representación adecuada de la riqueza cultural de Ecuador en los videos de TikTok es mayormente neutral. Un total de 45 personas totalmente votaron por Totalmente de acuerdo y de acuerdo, considerando de esta manera que los creadores de contenido representan adecuadamente la cultura ecuatoriana. Sin embargo, 61 personas (81%) adoptaron una postura neutral, lo que podría reflejar incertidumbre o una percepción de que la representación cultural no es consistentemente precisa. Además, 24 personas (21% en desacuerdo y 4% totalmente en desacuerdo) consideran que la representación cultural en los videos no es adecuada. Esto sugiere que, aunque hay una percepción positiva de la representación cultural, hay una gran cantidad de personas que no están tan seguras o no consideran que todos los creadores de contenido lo hagan correctamente.

Figura 56

Diversidad cultural en los jóvenes



Nota: Información del análisis recopilada por medio de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Del Norte.

La mayoría de los encuestados considera que los creadores de contenido en TikTok tienen un papel clave en la difusión de la diversidad cultural entre los jóvenes. Un total de 83 *personas* votaron por *Totalmente de acuerdo* y *De acuerdo*, considerando que los creadores de contenido son fundamentales para promover la diversidad cultural. Sin embargo, 36 *personas* adoptaron una postura neutral, lo que podría reflejar una percepción de que, aunque los creadores de contenido puedan tener un impacto, este no es necesariamente tan claro o consistente. Por otro lado, 11 *personas en desacuerdo y totalmente en desacuerdo* no consideran que los creadores de contenido desempeñen un papel clave en este proceso. Esto sugiere una percepción mayormente positiva sobre la influencia de TikTok en la difusión de la diversidad cultural, aunque algunos aún tienen dudas o no perciben su impacto de forma tan relevante.

4.3 Discusiones

Tabla 6

Discusión de las hipótesis

Hipótesis	Comprobación de la hipótesis
H1: Los videos cortos, dinámicos y visualmente atractivos en TikTok favorecen una mayor difusión del contenido cultural en comparación con otros formatos digitales	APROBADO

utilizados por las creadoras Nancy Risol y Ñusta Picuasi.	
H2: Las creadoras y creadores de contenido cultural logran generar mayor interacción con su audiencia en TikTok.	APROBADO
H3: El uso del TikTok por parte de Nancy Risol y Ñusta Picuasi influye en la difusión de la lengua kichwa y en la visibilidad de la cultura indígena entre los jóvenes ecuatorianos.	APROBADO
H4: El contenido de Nancy Risol y Ñusta Picuasi despiertan el interés en la audiencia a partir de la cultura ecuatoriana y motiva a sus espectadores a empoderarse a seguir buscando información acerca del tema.	APROBADO

H1: Los videos cortos, dinámicos y visualmente atractivos en TikTok favorecen una mayor difusión del contenido cultural en comparación con otros formatos digitales utilizados por Nancy Risol y Ñusta Picuasi.

Esta hipótesis encuentra sustento tanto en los datos obtenidos de los cuestionarios aplicados como en los testimonios de los expertos consultados. La primera encuesta, que preguntó si los videos de TikTok son efectivos para difundir cultura, arrojó resultados claramente positivos, donde más del 70% de los encuestados se mostraron de acuerdo o totalmente de acuerdo con dicha afirmación. Esta tendencia confirma que los videos breves y llamativos son percibidos por los usuarios como medios eficaces para compartir contenidos culturales.

Desde el marco teórico, autores como McLuhan (1964) plantean que la comunicación global ha sido modificada como una manera de compartir y consumir información. Su concepto de la "aldea global" anticipa precisamente lo que sucede hoy en día con plataformas como TikTok, donde dicha aplicación ha permitido conectar a usuarios de distintas culturas en tiempo real. En este contexto, Ñusta Picuasi ha sabido adaptar sus contenidos en base a este formato, mostrando elementos culturales como vestimenta, idioma kichwa y varios elementos tradicionales que se pueden observar dentro de sus vídeos.

Ana María Larrea, experta en comunicación digital, sostuvo que TikTok “puede ser una plataforma para promocionar la identidad, los valores y la cultura que tenemos como ecuatorianos”. De forma similar, María Evelyn Zambrano destacó el impacto de los formatos breves como una herramienta que conecta eficazmente con las nuevas generaciones. Esto confirma que la efectividad del video corto no reside solo en la duración, sino en su capacidad para condensar mensajes potentes que promuevan de forma positiva la cultura ante los usuarios que consumen ese tipo de productos audiovisuales.

Esta hipótesis también se vincula con el objetivo específico de identificar la relevancia actual de TikTok como plataforma para el contenido cultural. La convergencia de testimonios y datos cuantitativos permite afirmar que, en efecto, el formato audiovisual de corta duración

potencia la visibilidad del contenido cultural frente a otros formatos más tradicionales como textos o imágenes estáticas.

H2: Las creadoras y creadores de contenido cultural logran generar mayor interacción con su audiencia en TikTok.

Los resultados de la investigación cuantitativa respaldan esta hipótesis. Una de las preguntas formuladas en la encuesta analizó el nivel de interacción, como, por ejemplo, los likes, comentarios y compartidos que se analizaron de cada una de las prescriptoras. De esta manera, se puede añadir que los contenidos generados por Nancy Risol y Ñusta Picuasi impactan en sus consumidores de forma positiva, aunque cabe recalcar que los comentarios negativos también abundaban en ocasiones. Sin embargo, no eran mayores que los positivos, recalcando la importancia y dinámica que tenían ambas creadoras de contenido, lo que evidencia un vínculo activo entre el contenido cultural y la audiencia que lo percibe positivamente.

Esto se relaciona con el concepto de *engagement* o compromiso digital, abordado por Villavicencio et al. (2018), quienes señalan que la identidad digital se fortalece cuando hay interacción y apropiación simbólica, lo cual es evidente en esta generación actualmente globalizada. Ñusta Picuasi, por ejemplo, ha logrado construir una comunidad que se identifica con su representación de la mujer kichwa, generando comentarios positivos y reacciones favorables que alimentan un ciclo de producción audiovisual tradicional, que viene acompañado de tendencias, humor y entretenimiento.

Por otro lado, haciendo énfasis en la entrevista que se realizó al sociólogo Jorge Vinuesa durante el periodo de investigación de esta tesis, se pudo analizar que, si bien TikTok favorece el consumo rápido, también permite, en ciertos casos, una interacción significativa si se logra romper la lógica comercial del algoritmo. Esto se cumple en creadores como Ñusta Picuasi, quien equilibra la estética visual con su contenido visualmente tradicional.

Este hallazgo está alineado con el segundo objetivo específico del estudio: comprender el escenario cultural y la importancia de divulgar el contenido sociocultural ecuatoriano. Las altas tasas de interacción revelan que existe una audiencia receptiva que responde de forma activa a este tipo de contenidos realizado por prescriptoras de comunidades indígenas alrededor del país.

H3: El uso del TikTok por parte de Nancy Risol y Ñusta Picuasi influye en la difusión de la lengua kichwa y en la visibilidad de la cultura indígena entre los jóvenes ecuatorianos.

Esta hipótesis se confirma a partir de los datos recogidos en base a las encuestas realizadas al muestreo poblacional, donde las participantes destacaron que Ñusta Picuasi contribuye directamente a la difusión de la lengua kichwa, especialmente al usarla en contextos cotidianos y transmitirlo a través de su arte, el cual es el canto y la reconstrucción musical de varios *covers*. El 85% de los encuestados estuvo de acuerdo o totalmente de acuerdo con que el contenido de Ñusta representa fielmente la cultura de Otavalo, ya sea por el idioma presentado en sus videos o sus prendas tradicionales que las exhibe con orgullo.

Desde la teoría, Tajfel (1982) afirmaba que la identidad se construye en relación al grupo al que se pertenece. En este sentido, el contenido de Ñusta no solo visibiliza la cultura kichwa, sino que también promueve un sentimiento de pertenencia entre los jóvenes que comparten

esa identidad o están interesados en ella. Este resultado se refuerza con la afirmación del sociólogo Jorge Vinueza, quien advirtió que, pese a los riesgos de superficialidad, TikTok puede convertirse en un medio valioso para atraer la atención sobre culturas menos representadas, en un contexto socialmente fugaz en la información que se transmite.

Mientras en otros contextos dicha apropiación puede trivializar elementos tradicionales, en el caso de Ñusta Picuasi se observa una apropiación responsable y reivindicativa de su cultura. Esto cumple con el tercer objetivo específico, relacionado con los riesgos de la distorsión cultural por la inmediatez en plataformas como TikTok. Sin embargo, como se mencionó anteriormente, esta inmediatez o fugacidad dentro de la información podría distorsionarse.

H4: El contenido de Nancy Risol y Ñusta Picuasi despierta el interés en la audiencia a partir de la cultura ecuatoriana y motiva a sus espectadores a empoderarse a seguir buscando información acerca del tema.

Los datos revelan que el 78% de los encuestados considera que el contenido de ambas creadoras promueve una valoración positiva de la cultura ecuatoriana. Aunque sus estilos difieren muchísimo en relación al contenido publicado, por un lado, Ñusta Picuasi tiene un enfoque educativo, cultural y artístico, mientras que Nancy, con un tono más humorístico y cotidiano, permite que ambas puedan conectar emocionalmente con sus audiencias.

Según Borges (2019), la cultura digital permite nuevas formas de apropiación del conocimiento, y este proceso se ve potenciado cuando los usuarios se sienten representados por otras figuras que los consideran como suyos. La estrategia de Nancy Risol se basa en visibilizar la cotidianidad de una joven transparente y humilde que vive en una comunidad de Saraguro, rompiendo estereotipos y generando empatía. Su impacto no radica tanto en el contenido informativo, sino en el poder simbólico de la representación de la cultura indígena ecuatoriana.

Por otro lado, Zambrano señaló que plataformas como TikTok permiten educar sobre diversidad cultural si se utilizan con creatividad y responsabilidad, evitando de esta manera que la información resulte ser ambigua. Esta afirmación resalta que tanto Nancy como Ñusta están abriendo caminos hacia un empoderamiento cultural, aunque por rutas distintas. Una apela a lo emocional, la otra a lo simbólico.

En este sentido, la hipótesis se relaciona con todos los objetivos específicos, ya que aborda la relevancia de TikTok en el contexto cultural y la forma en que las narrativas digitales motivan el aprendizaje y el fortalecimiento identitario en jóvenes que se aventuran por iniciar una carrera dentro de la representación cultural. Esta convergencia entre entretenimiento y cultura se convierte así en una estrategia válida y poderosa para despertar el interés y el orgullo cultural en los jóvenes ecuatorianos.

CONCLUSIONES

1. *Ñusta Picuasi* presenta un enfoque más definido hacia la *preservación cultural*, mediante el uso del *idioma kichwa* y la incorporación de elementos visuales representativos de la cultura indígena, los cuales se evidencian de forma clara en su contenido audiovisual. En contraste, Nancy Risol se orienta hacia el *humor y las tendencias populares* dentro de la plataforma, ofreciendo una representación cotidiana no explícita de su entorno, en la que se observa una convergencia entre lo *tradicional y lo contemporáneo*.
2. El uso del idioma *kichwa* en TikTok representa una herramienta significativa para la *preservación y difusión de esta lengua originaria*. No obstante, enfrenta el desafío de una baja visibilidad frente a contenidos en lenguas más dominantes, como el español o el inglés. Esta situación se ve agravada por la escasa promoción institucional del *kichwa* y la presencia de fenómenos de apropiación cultural en varios países de América Latina, incluido Ecuador.
3. El contenido de Nancy Risol, aunque no aborda de manera directa la temática cultural, contribuye a normalizar la vida en las comunidades indígenas a partir de una narrativa emocional, cotidiana y empática. Esta representación favorece la disminución de estereotipos asociados históricamente a la cultura indígena, promoviendo una visión más cercana y humana de sus realidades.
4. *TikTok* se ha consolidado como una plataforma poderosa para la construcción de *identidades culturales*. No obstante, la *inmediatez* del entorno *digital* favorece la aparición y transformación constante de estas identidades, dando lugar a *procesos culturales contemporáneos* que tienden a *cuestionar y reconfigurar* los paradigmas tradicionales. En este contexto, cada individuo *interpreta y asimila* la *cultura* desde su *propia experiencia*, generando una convergencia dinámica entre diversas formas de identidad.
5. La plataforma permite que creadoras como *Ñusta Picuasi* y *Nancy Risol* visibilicen aspectos culturales relevantes; sin embargo, también existe el riesgo de *simplificación o pérdida* de profundidad en los contenidos. La lógica de inmediatez propia de TikTok favorece una cultura de consumo rápido, en la que se privilegian estímulos *breves y llamativos*. En este escenario, la transmisión de conocimientos

culturales milenarios puede verse distorsionada o trivializada, debido a la reducción excesiva de su *contexto y significado*.

6. La viralidad y el formato breve característicos de TikTok presentan tanto desafíos como oportunidades para la *representación cultural*. Aunque estos formatos pueden *limitar* la profundidad y *favorecer la simplificación*, también permiten explorar *nuevas formas creativas de comunicación*. Mediante un enfoque visual y dinámico, es posible difundir elementos esenciales de las tradiciones culturales, siempre que se priorice la autenticidad y se evite trivializar los contenidos.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que ambas creadoras continúen desarrollando sus estilos con plena conciencia del impacto cultural que generan en sus audiencias. En el caso de Nancy Risol, se sugiere explorar la incorporación progresiva de elementos culturales y lingüísticos tradicionales, como el kichwa, sin dejar de lado su característico enfoque humorístico y personal. Por su parte, Ñusta Picuasi debería mantener su narrativa centrada en la cultura indígena, integrando de manera equilibrada elementos musicales contemporáneos, tales como el pop, el R&B, el alternativo y el cultural. Esto le permite proyectar una identidad diversa y dinámica desde el empoderamiento cultural de una mujer indígena.
2. Es fundamental que las instituciones culturales, educativas y gubernamentales desarrollen políticas públicas y estrategias digitales que fortalezcan el uso del idioma kichwa y otras lenguas originarias en plataformas como TikTok. Esto puede incluir la creación de contenidos educativos, campañas audiovisuales, concursos de producción digital y formación a jóvenes creadores indígenas.
3. Se recomienda fomentar la creación de contenidos que, aun sin una narrativa explícitamente cultural, promuevan una representación positiva y empática de las comunidades indígenas y mestizas. Para ello, es fundamental mantener enfoques narrativos auténticos y cotidianos que visibilicen con naturalidad la vida rural e indígena, evitando representaciones estereotipadas o reduccionistas.
4. Se sugiere que los creadores de contenido, investigadores y comunicadores trabajen en la promoción de una identidad cultural dinámica y abierta, que reconozca las nuevas formas de expresión emergentes en los entornos digitales. Las plataformas

sociales deben entenderse como espacios legítimos para la reinterpretación y construcción contemporánea de la cultura, desde múltiples miradas y realidades. En este contexto, es importante reconocer que las identidades culturales no son lineales ni fijas, sino construcciones diversas y en constante transformación, muchas veces conformadas por apropiaciones simbólicas que el individuo asume como parte de sí.

5. Es necesario que plataformas como TikTok implementen mecanismos que favorezcan la visibilidad de contenidos culturales significativos, evitando que queden relegados frente a propuestas triviales o meramente comerciales. Si bien el entretenimiento es parte esencial de la dinámica digital, se sugiere promover un equilibrio que también incentive la circulación de contenidos educativos y culturalmente relevantes. En este sentido, se recomienda a los desarrolladores trabajar en algoritmos inclusivos y transparentes que valoren la diversidad cultural y fomenten el consumo consciente de contenidos identitarios.
6. Se recomienda promover proyectos de comunicación digital que exploren estrategias narrativas creativas y visuales, orientadas a la difusión de tradiciones culturales mediante formatos breves pero significativos. Es fundamental capacitar a los creadores emergentes en el uso ético de estas plataformas, priorizando el respeto, la autenticidad y la sensibilidad cultural en sus representaciones. De esta manera, se contribuirá a la construcción de una comunidad digital más consciente y comprometida con la diversidad cultural.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albardía, M. S., Onaindia, I. A., & Fernández, S. P. (2023). Educomunicación en la era de la hiperconectividad: una revisión conceptual: Educación libertadora para fomentar la ciudadanía crítica. *Comunicação Mídia E Consumo*, 20(58). <https://doi.org/10.18568/cmc.v20i58.2820>
- Alcazar Ponce, J. P. (2024, March 21). *Acceso Estado Digital Ecuador 2024 - Mentinno - Acompañamiento directivo y analítica para negocios*. Mentinno - Acompañamiento Directivo Y Analítica Para Negocios. <https://www.mentinno.com/acceso-estado-digital-ecuador-2024/>
- Apropiación cultural: qué es y por qué es tan controversial*. (2021, July 29). CNN; CNN en Español. <https://cnnespanol.cnn.com/2021/07/29/apropiacion-cultural-que-es-y-por-que-es-tan-controversial>
- Benito, I., Bakavelou, M., & Chiodini, S. (2022, December 4). Percepción cultural y comprensión social - Crew project. *Crew Project - Creativity, Resilience, Empowerment for Work*. <https://crewproject.eu/percepcion-cultural-y-comprension-social/>
- Borges, C. (2019, August 16). *¿Qué es la cultura digital y su papel en la sociedad actual?* Rock Content - ES. <https://rockcontent.com/es/blog/cultura-digital/>
- Bravo, C. (2024, May 2). *Historia de TikTok: primeros pasos a actualidad*. Metricool. <https://metricool.com/es/historia-de-tiktok/>
- Cabrera, L. C. A., Coronel, M. A. H., & Álvarez, C. A. E. (2022). Redes sociales e identidad cultural: Análisis de su incidencia en adolescentes de Ecuador. *Explorador Digital*, 6(3), 149–165. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v6i3.2229>
- Cartagena, L., Sola García, M., Robles Caro, A., & Torres Franco, J. (2022, December 23). *La transformación digital de los medios de comunicación*. Variacion XXI. <https://variacionxxi.com/2022/12/23/medios-de-comunicacion-salto-nuevas-tecnologias/>
- COMUNICACIONES. (2023, June 30). *Día de las Redes Sociales: cómo influyen en nuestra cultura*. Blog de La Universidad de Ciencias Y Humanidades UCH. <https://blog.uch.edu.pe/comunicacion-y-medios-digitales/dia-de-las-redes-sociales-como-influyen-en-nuestra-cultura/>
- DE LA HERA, C. (2020, June 30). *Historia de las Redes Sociales: cómo nacieron y cuál fue su evolución* -. Marketing 4 Ecommerce - Tu Revista de Marketing Online Para E-Commerce. <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-las-redes-sociales-evolucion/>
- Deighton, R. C. B. and J. (1991, October 15). *Interactive Marketing: Exploiting the Age of*

- Addressability. MIT Sloan Management Review.
<https://sloanreview.mit.edu/article/interactive-marketing-exploiting-the-age-of-addressability/>
- Del Alcazar Ponce, J. P. (2024, March 21). *Acceso Estado Digital Ecuador 2024 - Mentinno - Acompañamiento directivo y analítica para negocios*. Mentinno - Acompañamiento Directivo Y Analítica Para Negocios. <https://www.mentinno.com/acceso-estado-digital-ecuador-2024/>
- Digital 2024: Global Overview Report — DataReportal – Global Digital Insights. (2024, January 31). *DataReportal – Global Digital Insights*. DataReportal – Global Digital Insights. https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report?utm_source=Global_Digital_Reports&utm_medium=Partner_Article&utm_campaign=Digital_2024
- Editorial Etecé. (2022, February 11). *Cultura - Concepto, tipos, elementos y ejemplos*. Concepto.de. <https://concepto.de/cultura/>
- EFE / Redacción Primicias. (2023, September 12). *Un tercio de la población mundial no tiene acceso a Internet*. Primicias. <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/acceso-internet-conectividad-onu/>
- Esteinou Madrid, J. (1997). *Generación McLuhan*. http://bibliotecadigitalconceicc.iteso.mx/bitstream/handle/123456789/6889/1997_El%20pensamiento%20de%20McLuhan%20y....pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Expreso. (2021, October 10). *Tik Tok: una oportunidad para visibilizar las comunidades indígenas*. Wwww.expreso.ec. <https://www.expreso.ec/ciencia-y-tecnologia/tiktok-oportunidad-visibilizar-comunidades-indigenas-109600.html>
- Forbes Digital. (2025, January 18). *Las gigantescas cifras alrededor de TikTok y algunos datos de Ecuador*. Forbes.com.ec; Forbes Ecuador. <https://www.forbes.com.ec/money/las-gigantescas-cifras-alrededor-tiktok-algunos-datos-ecuador-n66113>
- Gisella Aldás. (2022, December 23). *Así ha evolucionado la influencer ecuatoriana Nancy Risol desde que inicio con sus videos en Youtube*. Metro Ecuador. <https://www.metroecuador.com.ec/entretenimiento/2022/12/23/asi-ha-evolucionado-la-youtuber-ecuatoriana-nancy-risol-durante-todos-estos-anos/>
- Gómez, F. S. J. (2016). La Comunicación. *Salus*, 20(3), 5–6. https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1316-71382016000300002&script=sci_arttext
- Henry, M., Mendoza-Ponce, X., Katty, G., Zambrano-Alcívar, E., & Alcívar-Castro. (2015). Ciencias de la computación Influencia de las redes sociales en la identidad personal de los universitarios chonenses Social Networks Influence in the Personal Identity of College Students from Chone. *Dom. Cien*, 1(1), 75–84. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5761661.pdf>

- <https://www.facebook.com/digitalmenta>. (2024, May 3). *Conoce el Algoritmo de TikTok | Digital Menta*. Agencia de Marketing Digital. <https://www.digitalmenta.com/blog/como-funciona-el-algoritmo-de-tiktok/>
- Jenkins, H., & Cultura, L. (2008). *Convergence Culture*. <https://stbngtrrz.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/10/jenkins-henry-convergence-culture.pdf>
- Kemp, S. (2024, January 31). *Digital 2024: Global Overview Report*. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report?rq=tiktok>
- La Hora. (2021). *La importancia de la cultura*. Lahora.com.ec. <https://www.lahora.com.ec/editorial/columnistas-regionales/santo-domingo-importancia-cultura/>
- Larico, E. (2021, February 5). *¿Qué es la Cultura digital y cuáles son sus características e impacto?* Blog de InGenio Learning. <https://ingenio.edu.pe/blog/cultura-digital/>
- Lekhi, B. (2020, January 30). *LA PÉRDIDA DE CONOCIMIENTOS TRADICIONALES SE DEBE A LA FALTA DE DOCUMENTACIÓN | Cultural Survival*. Wwww.culturalsurvival.org. <https://www.culturalsurvival.org/es/publications/cultural-survival-quarterly/la-perdida-de-conocimientos-tradicionales-se-debe-la-falta>
- López, S. (2023). *La era digital: entre la inmediatez y la esencia humana*. Wwww.elsaltodiario.com. <https://www.elsaltodiario.com/laplaza/era-digital-inmediatez-esencia-humana>
- Maestro, R. (2024, April 4). *La Cultura como Mercancía: Explorando la comercialización de la Identidad - CONNECTING CULTURAL DIVERSITY*. CONNECTING CULTURAL DIVERSITY. <https://connectingculturaldiversity.com/gestion-de-la-diversidad/la-cultura-como-mercancia-explorando-la-comercializacion-de-la-identidad/>
- Magazine, I. (2023, December 19). *El fenómeno de TikTok y su impacto en la cultura digital*. ICRONO Tendencias Marketing. <https://icrono.com/tendenciasmarketing/el-fenomeno-de-tiktok-y-su-impacto-en-la-cultura-digital/>
- McLuhan, M. (1964). *Marshall McLuhan Understanding Media The extensions of man London and New York CONTENTS*. <https://designopendata.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/05/understanding-media-mcluhan.pdf>
- Mcmillan, S. J. (2000). Interactivity is in the eye of the beholder: Function, perception, involvement, and attitude toward the... *ResearchGate*, 71–78. https://www.researchgate.net/publication/291169064_Interactivity_is_in_the_eye_of_the_beholder_Function_perception_involvement_and_attitude_toward_the_web_site
- Natta, P., & Pelosio, E. (n.d.). *Teoría de la Comunicación y algunas corrientes*. Banrepcultural. https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Teor%C3%ADa_de_la_Comunicaci%C3%B3n_y_algunas_corrientes
- NOMBELA, D. (n.d.). *Globalización en el siglo XXI: la Aldea Global de Marshall McLuhan hoy*.

- Comunicación Y Hombre. <https://comunicacionyhombre.com/edition/globalizacion-en-el-siglo-xxi-la-aldea-global-de-marshall-mcluhan-hoy/>
- Ortega, C. (2021, August 5). *Análisis comparativo: Qué es y cómo se realiza*. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-comparativo/>
- Ortiz, P. (2023, March 27). *El Mundo Indígena 2023: Ecuador - IWGIA - International Work Group for Indigenous Affairs*. Wwww.iwgia.org. <https://www.iwgia.org/es/ecuador/5086-mi-2023-ecuador.html>
- Peredo, C. J., Alex Ojeda, Valeria. (2021, March 10). *Creadores indígenas-populares de contenido digital*. Laboratorio de Tecnologías Sociales. <https://labtecnosocial.org/creadores-de-contenido-indigenas-populares/>
- Pérez-Rodríguez, A., Jaramillo-Dent, D., & Alencar, A. P. (2022). Culturas digitales en las redes sociales: *Revista ICONO 14. Revista Científica de Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 20(2). <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i2.1928>
- Phillip, G. (2018). Contrapunteo entre la perspectiva histórica transcultural de Fernando Ortiz y la corriente antropológica culturalista norteamericana de Franz Boas. *Revista de La Escuela de Antropología*, 19(XXIII), 175–189. <https://doi.org/10.35305/revistadeantropologia.v0ixxiii.47>
- Plaza . (2017). *Digitalidad, comunicación y transcultura* (Valdés , Ed.). Google.com. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjw9oGlvMGJAXaTTABHVq-Gb4QFnoECBwQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.plazayvaldes.es%2Fuploads%2F2017%2F05%2Fpensar-en-la-transcultura-2pdf_1.pdf&usg=AOvVaw3naPhre5BTuWHmJbgGVsf&opi=89978449
- Prieto, E. (2023, January 27). *Diferencias entre los medios tradicionales y los nuevos medios - Southern New Hampshire University*. SNHU; Southern New Hampshire University. <https://es.snhu.edu/blog/diferencias-entre-los-medios-tradicionales-y-los-nuevos-medios>
- Primicias. (2023, March 13). *Influencers ecuatorianos: quiénes son y cuánto ganan*. Primicias. <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/influencers-ecuador-seguidores-famosos/>
- QuestionPro. (2018, October 23). *¿Qué es la investigación descriptiva?* QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>
- Ramallal, P. M., & Micaletto Belda, J. P. (2021, September 14). Tiktok, red simbiótica de la generación z para la realidad aumentada y el advergaming inmersivo. *Tiktok, Red Simbiótica de La Generación Z Para La Realidad Aumentada Y El Advergaming Inmersivo*. <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>
- Rivadeneira Prada, R. (1997). Comunicación y Cultura. *Revista Ciencia Y Cultura*, 2, 98–105. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-33231997000200010
- RT. (2024, June 17). *Ñusta Picuasi: la joven ecuatoriana que cautiva las redes con su prodigiosa*

- voz. Pressenza. <https://www.pressenza.com/es/2024/06/nusta-picuasi-la-joven-ecuatoriana-que-cautiva-las-redes-con-su-prodigiosa-voz/>
- S.A, L. (2023, December 27). *El Panorama Digital en Ecuador en 2023: Estadísticas de Usuarios de Internet, Redes Sociales y Conexiones Móviles*. Lexis S.A. <https://www.lexis.com.ec/blog/legaltech/el-panorama-digital-en-ecuador-en-2023-estadisticas-de-usuarios-de-internet-redes-sociales-y-conexiones-moviles>
- Sánchez, N. (2024, June 25). *El Peligro de la Inmediatez: Reflexiones sobre el Mundo Rápido y Líquido* | Nerea Sánchez. Nerea Sanchez Educadora Y Analista. <https://nereasanchez.com/el-peligro-de-la-inmediatez-reflexiones-sobre-el-mundo-rapido-y-liquido/>
- Scolari, C. A. (2020, July 11). *Más allá de TikTok: el ecosistema de las plataformas en China*. Hipermediaciones. <https://hipermediaciones.com/2020/07/11/ecosistema-plataformas-china/>
- Seyoux, Y. (2024, July 4). *pp9 45 Nancy Risol en YouTube entre cultura digital y cultura kichwa - Yann Seyoux.pdf* - Universidad de las Artes. Universidad de Las Artes. <https://www.uartes.edu.ec/sitio/download/pp9-45-nancy-risol-en-youtube-entre-cultura-digital-y-cultura-kichwa-yann-seyoux-pdf/>
- Sheehan, K. (2001). Re-Weaving the Web: Integrating Print and Online Communications. *Journal of Interactive Marketing*, 15(2), 47–59. https://www.academia.edu/312466/Re_Weaving_the_Web_Integrating_Print_and_Online_Communications
- Significados. (2017, December 23). *Significado de Transculturación*. Significados; Significados. <https://www.significados.com/transculturacion/>
- Silverio, M. (2024, April 25). *TikTok: Usuarios y Estadísticas (2022)*. Www.primeweb.com.mx. <https://www.primeweb.com.mx/tiktok-estadisticas>
- Tajfel, H., & Turner. (1982). *Social identity and intergroup relations*. Cambridge University Press.
- Tapia, C. (2018, June 29). *La era de la comunicación líquida - Noizze Media*. Noizze Media. <https://www.noizzemedia.com/blog/la-la-comunicacion-liquida/>
- Thompkins, Y. L., & Shrum, L. J. (2002, December). (PDF) *What Is Interactivity and Is It Always Such a Good Thing? Implications of Definition, Person, and Situation for the Influence of Interactivity on Advertising Effectiveness*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/229068088_What_Is_Interactivity_and_Is_It_Always_Such_a_Good_Thing_Implications_of_Definition_Person_and_Situation_for_the_Influence_of_Interactivity_on_Advertising_Effectiveness
- Torres, D. (2023, September 29). *Qué es la persuasión: para qué sirve, importancia y ejemplos*. Blog.hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-persuasion>
- Trotsenburg, A. van. (2024). *La era digital para todos*. Blogs Del Banco Mundial.

- <https://blogs.worldbank.org/es/voices/la-era-digital-para-todos>
- Villavicencio-Aguilar, C., Fernández-Espinoza, C., & Vinicio Jiménez-Idrovo, Í. (2018). *CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD CON BASE EN EL LENGUAJE*.
<https://biblat.unam.mx/hevila/Agoradeheterodoxias/2018/vol4/no1/1.pdf>
- Wynter, G. (2019, November 4). *¿Qué es un influencer? Definición, tipos y ejemplos*. Blog.hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/marketing/marketing-influencers>
- Yulieth, E., Giraldo, V., & Erika Villavicencio Ayub. (2023). Tecnoestrés y tecnoadicción: el papel de la tecnoddependencia en trabajadores de Colombia y México. *Salud*, 39(2), 347–363.
<https://doi.org/10.14482/sun.39.02.020.359>
- Zambrano Ayala, W. R. (n.d.). La transformación de los medios de comunicación. El nuevo panorama digital de la comunicación y del periodismo. *Buen Vivir, Cuidado de La Casa Común Y Reconciliación*.
https://www.javeriana.edu.co/unesco/buenvivir/contenido/ponencias/tema1/pdf/ponencia_14.pdf
- Zendesk. (2021, May 6). *¿Qué significa feedback? Tipos de feedback y cómo aplicarlos*. Zendesk MX. <https://www.zendesk.com.mx/blog/feedback-que-es/>
- Zlobina, A., José, J., Darío Páez, I., & Mayordomo, S. (2014). *CAPITULO XI PERSUASIÓN Y CAMBIO DE ACTITUDES*.
<https://www.ehu.eus/documents/1463215/1504276/Capitulo%20XI.pdf>