



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y
TECNOLOGÍA (FECYT)
CARRERA DE COMUNICACIÓN

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA:

“TIKTOK COMO ESTRATEGIA EDUCOMUNICACIONAL PARA
PROMOVER EL CONOCIMIENTO DE LEYENDAS ECUATORIANAS EN
ADOLESCENTES DEL CANTÓN OTAVALO, 2024.”

Trabajo de titulación previo a la obtención del título en Licenciatura en
Comunicación

Línea de investigación: Desarrollo social y el comportamiento humano

AUTOR:

Sisa Elizabeth Otavalo Espinoza

DIRECTOR:

PhD. Claudia Alicia Ruiz Chagna

Ibarra – Ecuador 2026



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1050380482		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Otavalo Espinoza Sisa Elizabeth		
DIRECCIÓN:	Otavalo		
EMAIL:	seotavalo@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	2924203	TELF. MOVIL	0986947477

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“TikTok como estrategia educomunicacional para promover el conocimiento de leyendas ecuatorianas en adolescentes del cantón Otavalo, 2024”
AUTOR (ES):	Otavalo Espinoza Sisa Elizabeth
FECHA: AAAAMMDD	2026/02/18
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Comunicación
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Manuel Montúfar/ PhD. Claudia Ruiz

AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Sisa Elizabeth Otavalo Espinoza, con cédula de identidad Nro.105038048-2, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

Ibarra, a los 18 días del mes de febrero de 2026

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Sisa Elizabeth Otavalo Espinoza

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 18 días, del mes de febrero de 2026

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Sisa Elizabeth Otavalo Espinoza

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

Ibarra, 18 de febrero de 2026

PhD. Claudia Ruiz

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.

(f)
PhD. Claudia Ruiz
C.C.: 1002243275

DEDICATORIA

Dedico esta tesis, en primer lugar, a Dios todopoderoso, por brindarme la fortaleza, sabiduría y perseverancia para culminar esta etapa de mi vida académica.

A mi familia, por su apoyo incondicional, amor y confianza constante a pesar de las adversidades, quienes han sido mi mayor motivación para no rendirme ante las dificultades y seguir adelante con determinación y disciplina.

A mi padre Alberto Otavalo por confiar en mí y brindarme su apoyo incondicional, a mi madre Juana Espinoza por su sacrificio, enseñanza y ejemplo de lucha, ambos han sido la base de mi crecimiento personal y profesional.

A mi pareja, por su amor incondicional y su apoyo constante para seguir adelante con mi sueño y no rendirme en el camino.

A mis docentes, quienes con su guía, conocimientos y acompañamiento contribuyeron significativamente a mi formación académica.

Finalmente, me dedico este logro a mí misma, por el esfuerzo, la constancia y la capacidad de superar cada obstáculo en el camino hacia este objetivo profesional.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más sincero agradecimiento a mi directora de tesis, PhD Claudia Ruiz, por su guía académica, compromiso y valiosas orientaciones durante todo el proceso de investigación, las cuales fueron fundamentales para el desarrollo de este trabajo. De igual manera, agradezco a mi asesor, Msc. Manuel Montúfar, por su acompañamiento constante, sus observaciones oportunas y su disposición para fortalecer cada etapa del estudio.

Agradezco también a la Msc. Ana María Larrea por su apoyo, seguimiento y aportes académicos, que contribuyeron significativamente a la consolidación de esta investigación. Asimismo, extendo mi gratitud a todos los docentes que formaron parte de mi formación universitaria, quienes con sus conocimientos y vocación dejaron una huella importante en mi desarrollo profesional.

Finalmente, agradezco de manera especial a mi familia, por su amor, paciencia y respaldo incondicional, así como a quienes me acompañaron durante las clases y a lo largo de este proceso académico, brindándome ánimo y motivación para alcanzar este logro.

RESUMEN

La investigación se fundamenta en la necesidad de adaptar los procesos educativos a la cultura digital para preservar y resignificar el patrimonio cultural, ante la disminución del interés de los adolescentes por las leyendas ecuatorianas y el predominio de contenidos globalizados en redes sociales. Tuvo como objetivo general analizar a TikTok como estrategia educomunicacional para promover el conocimiento de leyendas ecuatorianas en adolescentes del cantón Otavalo, identificando elementos narrativos, estéticos y comunicativos más efectivos para su difusión cultural, se desarrolló mediante una metodología mixta que combinó análisis cuantitativo de contenidos de creadores de TikTok, entrevistas a expertos en comunicación, historia y educación, y un grupo focal con adolescentes, permitiendo comprender percepciones, prácticas digitales y niveles de interacción, los resultados evidenciaron que los videos cortos con narración dinámica, recursos audiovisuales creativos, dramatizaciones y referencias locales generan mayor interés, participación y apropiación cultural, además de favorecer el aprendizaje informal y el fortalecimiento de la identidad cultural, se observó que TikTok no solo funciona como espacio de entretenimiento, sino como plataforma efectiva para la difusión cultural cuando se emplea con enfoque pedagógico. Se concluye que TikTok posee un alto potencial educomunicacional para revitalizar las leyendas ecuatorianas en contextos juveniles, siempre que se diseñen estrategias responsables, atractivas y contextualizadas, promoviendo una participación activa, crítica y consciente que contribuya a la preservación de la memoria colectiva y al fortalecimiento de la identidad cultural en entornos digitales.

Palabras clave: Educomunicación, TikTok, leyendas ecuatorianas, identidad cultural, adolescentes, difusión digital

ABSTRACT

This research is based on the necessity of adapting educational processes to digital culture to preserve and redefine cultural heritage, addressing the declining interest among adolescents in Ecuadorian legends and the dominance of globalized content on social media. The general objective was to analyze TikTok as an educommunicational strategy to promote the consumption of Ecuadorian legends among adolescents in the Otavalo canton, identifying the most effective narrative, aesthetic, and communicative elements for cultural dissemination. The study followed a mixed-methods approach, combining quantitative content analysis of TikTok creators, interviews with experts in communication, history, and education, and a focus group with adolescents. This allowed for an understanding of perceptions, digital practices, and interaction levels. The results showed that short videos featuring dynamic narration, creative audiovisual resources, dramatizations, and local references generate greater interest, engagement, and cultural appropriation, while also fostering informal learning and strengthening cultural identity. It was observed that TikTok functions not only as an entertainment space but also as an effective platform for cultural dissemination when used with a pedagogical approach. The study concludes that TikTok holds high educommunicational potential for revitalizing Ecuadorian legends in youth contexts, provided that strategies are designed to be responsible, attractive, and contextualized. This promotes active, critical, and conscious participation that contributes to the preservation of collective memory and the strengthening of cultural identity in digital environments.

Keywords: Educommunication, TikTok, Ecuadorian legends, cultural identity, adolescents, digital dissemination.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	15
1.1 Educomunicación	15
1.1.1 Definición de la Educomunicación	16
1.1.2 Conceptos de la Educomunicación	16
1.1.3 Relación entre educación y comunicación: modelo dialógico vs. Transmisivo	19
1.2 La Educomunicación y la Cultura Digital	19
1.2.1 El impacto de las tecnologías digitales en la educación y la comunicación en las nuevas generaciones	20
1.2.2 El potencial de las redes sociales como herramientas educomunicacionales	23
2.1 Medios Sociales	24
2.1.1 TikTok	25
2.1.2. Origen, evolución y características principales de la plataforma.	26
2.1.3 El algoritmo de TikTok y su influencia en la distribución de contenidos	27
2.2 Influencia de TikTok	27
2.2.1 Construcción de identidad digital	28
2.2.2 Impacto cognitivo y social del consumo de contenidos breves	29
2.3. TikTok como herramienta para la difusión cultural	29
2.3.1 Casos de éxito en la difusión cultural a través de TikTok	30
2.3.2 TikTok como plataforma educomunicacional	33
3.1. Definición y tipología de las leyendas	34
3.1.1 Diferenciación entre mito, leyenda y cuento popular	36
3.1.2 Principales leyendas ecuatorianas	37
3.1.3 Principales leyendas de Imbabura	39
3.1.4 Leyendas tradicionales del cantón Otavalo y su valor simbólico	41
3.2 Transmisión cultural	43
3.2.1 Pérdida de la oralidad como canal de transmisión	43
3.2.2 Retos para preservar la memoria colectiva en entornos urbanos y digitales	44
4.1. Teorías del consumo cultural	44
4.1.1 Consumo simbólico y cultura popular	45
4.2. Adolescencia y prácticas culturales	46
4.2.1 Preferencias y tendencias en contenidos narrativos y audiovisuales	47

5.1. Perfil sociocultural del adolescente otavaleño	47
5.1.1 Identidad cultural, bilingüismo y cosmovisión andina	48
5.1.2 Sistema educativo y entorno digital	48
5.2. Desafíos y oportunidades para la educomunicación local	49
5.2.1 Integración de herramientas digitales en la educación intercultural	50
5.2.2 Estrategias para resignificar lo tradicional a través de lo digital	50
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	51
2.1 Investigación Mixta	51
2.1.1 Investigación Cuantitativa	51
2.1.2 Investigación Cualitativa	52
2.2 Técnicas e instrumentos de investigación	52
2.3 Preguntas de investigación y/o hipótesis	53
2.4 Matriz de operacionalización de variables o matriz diagnóstica	54
2.5 Participantes	55
2.5.1 Perfil de los entrevistados	56
2.5.2 Grupo focal	57
2.5.3 Población y muestra	58
2.6 Procedimiento y plan de análisis de datos	58
CAPÍTULO III: RESULTADOS	59
3.1 Presentación de resultados cuantitativos	59
3.1.1 Análisis de datos generales de videos de leyendas ecuatorianas de los creadores de contenidos seleccionados	59
3.1.2 Análisis de datos específicos de los tres creadores de contenido de TikTok	66
3.2 Presentación de resultados cualitativos	72
3.2.1 Entrevista a la MSc. Carolina Guzmán	72
3.2.2 Entrevista al historiador Juan Morales	75
3.2.3 Entrevista al comunicador digital Alexander Antamba	78
3.2.4 Análisis del grupo focal	80
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN	82
CONCLUSIONES	86
RECOMENDACIONES	87
REFERENCIAS	88
ANEXOS	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Modelos básicos</i>	17
Tabla 2 <i>Modelo dialógico vs transmisivo</i>	19
Tabla 3 <i>Rango de edades en el Ecuador</i>	21
Tabla 4 <i>Perfil generacional</i>	21
Tabla 5 <i>Principales Redes Sociales y la Educomunicación</i>	23
Tabla 6 <i>Medios sociales</i>	25
Tabla 7 <i>Información sobre TikTok</i>	26
Tabla 8 <i>Tipologías de la leyenda</i>	34
Tabla 9 <i>Leyendas de la Costa, Sierra y Amazonia</i>	37
Tabla 10 <i>Leyendas de Imbabura</i>	39
Tabla 11 <i>Leyendas de Otavalo</i>	41
Tabla 12 <i>Matriz de operacionalización de variables</i>	54
Tabla 13 <i>Perfil de las cuentas seleccionadas</i>	55
Tabla 14 <i>Perfiles de los participantes seleccionados</i>	56
Tabla 15 <i>Perfil del grupo focal</i>	57
Tabla 16 <i>Cumplimiento de hipótesis</i>	82

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Perfil social de TikTok de Solischa Secca Noa</i>	30
Figura 2 <i>Perfil social de TikTok de Damián Bernal</i>	31
Figura 3 <i>Perfil social de TikTok de Dayana Velásquez</i>	32
Figura 4 <i>Interacciones en las publicaciones</i>	59
Figura 5 <i>Leyendas de la provincia de Imbabura y Otavalo</i>	60
Figura 6 <i>Tipologías en las que se dividen las leyendas</i>	62
Figura 7 <i>Uso de elementos audiovisuales</i>	64
Figura 8 <i>Estrategias narrativas empleadas</i>	65
Figura 9 <i>Videos de leyendas ecuatorianas en TikTok con contenido cultural y moral</i>	65
Figura 10 <i>Elementos audiovisuales empleados en los videos de @feguerrero_ec</i>	66
Figura 11 <i>Videos publicados de @feguerrero_ec con elementos audiovisuales con narración y videos del lugar</i>	67
Figura 12 <i>Video publicado de @feguerrero_ec con elementos audiovisuales de animación y narración</i>	68
Figura 13 <i>Video publicado de @feguerrero_ec con elementos audiovisuales de video dramatizado y narración</i>	68
Figura 14 <i>Elementos audiovisuales empleados en los videos de @enigma.oculto3</i>	69
Figura 15 <i>Video publicado de @enigma.oculto3</i>	70
Figura 16 <i>Elementos audiovisuales empleados en los videos de @yarinamontalvo</i>	70
Figura 17 <i>Video publicado de @yarinamontalvo</i>	71

INTRODUCCIÓN

La educación es un pilar esencial en la construcción de la sociedad y, al igual que todo con la aparición de la tecnología, ha tenido que transformarse para responder a las necesidades de las nuevas generaciones inmersas en el Internet. Este proceso de digitalización permite la implementación de métodos de enseñanza basados en la educomunicación, aprovechando plataformas sociales como YouTube, Facebook, Instagram y TikTok.

La educomunicación es un campo interdisciplinario que une saberes pedagógicos y comunicativos y abarca tanto aspectos teóricos como prácticos. Se le conoce como alfabetización mediática o pedagogía de la comunicación, y su definición varía según el contexto (Coslado, 2012). Se concibe como un proceso creativo que incluye intercambio, interacción, diálogo y colaboración. Desde esta perspectiva, se forman las redes sociales que emplean programas y nuevas tecnologías, combinando dichas características para ser resultar más atractivas para los usuarios.

La red social TikTok se convierte en una herramienta importante al momento de implementar contenido como ciencias, sociales o de cultura, crea así un espacio para educar y entretener a quienes lo miren, independientemente del lugar en el que se encuentren.

A diferencia de otras redes sociales el algoritmo matemático de TikTok da menos importancia a interacciones comunes en plataformas como Instagram y Facebook, tales como el número de veces compartido, los *like*, el idioma, el dispositivo utilizado y el país. En su lugar, otorga mayor relevancia a aspectos como el uso de etiquetas o *hashtags*, el tiempo de visualización de los videos, las descripciones relacionadas con los intereses del usuario y el uso de sonidos populares a nivel global (Torres et al., 2021). En esta plataforma los videos cortos son mucho más llamativos, más aquellos que duran 15 segundos.

TikTok, es una herramienta digital que lidera el país por su alta cantidad de usuarios. Hasta enero de 2024 registró 14.260.000 usuarios, lo que representa un incremento del 19,71 % en comparación con 2023. De este total, cerca de 5 millones tienen entre 18 y 24 años, y se estima que entre el 25 % y el 27 % son menores de 18 años (Mentino, 2024) . La plataforma se expande debido a su contenido, el cual contribuye con el aprendizaje y al entretenimiento, lo que permite mejorar el conocimiento de manera más sencilla.

La educomunicación, combina la educación y la comunicación de manera dinámica, especialmente en la nueva era tecnológica que rodea al mundo. Esta perspectiva trasciende en la manera de transmitir la información, ya que promueve la participación activa de los usuarios. Las plataformas digitales ofrecen herramientas que permiten la interactividad y el diálogo, mediante espacios en la red donde se amplía el proceso de enseñanza, se eliminan barreras y fomenta la colaboración. De esta manera, los estudiantes dejan de ser receptores pasivos a productores de contenido (Chiappe et al., 2016).

En el contexto contemporáneo, la potencial pérdida del patrimonio cultural en el Ecuador, específicamente la leyenda ecuatoriana es evidente entre la población adolescente. Este fenómeno se observa en un contexto del incremento de la digitalización y globalización, donde las nuevas generaciones se ven expuestas a unos nuevos contenidos, muchos de ellos ajenos a sus propias raíces culturales y entorno. La tradición oral, históricamente el principal conducto para la transmisión de leyendas de voz en voz, confronta desafíos en su adaptación a formatos digitales y ante el decreciente desinterés en aprender sobre su propia herencia.

Plataformas digitales como TikTok han tenido una amplia acogida tanto entre los jóvenes y personas mayores, consolidándose como espacios de interacción y consumo de contenidos. Sin embargo, a pesar de su innegable popularidad, su potencial como instrumento estratégico para la revitalización y la difusión del conocimiento cultural aún no ha sido explorado de manera exhaustiva.

Las redes sociales han transformado el consumo de información. La variedad de contenidos y los formatos con efectos y sonidos que circulan en internet han captado el interés de varios usuarios. Por esta razón, TikTok ha ganado gran popularidad. El éxito de esta plataforma se sostiene en su capacidad para conectar con las personas, quienes aprovechan el auge del video corto y las herramientas que permiten crear e interactuar. El formato que utiliza fue popularizado por Vine en 2013 y se caracteriza por ser un modelo vertical, su corta duración y la difusión de desafíos virales (Vallés Pardo, 2022).

Al ser una plataforma popular, los adolescentes se encuentran sumergidos en su contenido. Es importante considerar la educación y el tipo de contenido que consumen a esa edad, sobre todo para el desarrollo de la personalidad y de las relaciones sociales. Según Del Barrio & Ruiz (2014) “los adolescentes, con independencia de donde vivan, de que sean buenos, o no tan buenos estudiantes, o de su origen social, los adolescentes viven en la Red y esto tiene sus peculiaridades. Se modifican formas de relación y determinados comportamientos” (p.572), por lo tanto, el potencial de TikTok de enganchar puede debilitar o reforzar el desarrollo en la identidad y autonomía en los individuos.

En la actualidad, los adolescentes se encuentran familiarizados con la tecnología y las redes, por ello resulta crucial emplear contenido educativo que fomente el consumo de leyendas ecuatorianas, específicamente de la ciudad de Otavalo una región significativa de riqueza cultural y tradición oral, donde se observa una creciente desconexión entre los adolescentes y sus narrativas ancestrales, como son las leyendas que son parte esencial de la identidad cultural, son fundamentales ante la construcción de una cultura, le permite entender su entorno y el desconocimiento de las historias disminuye el sentido de conexión y el sentido de pertenencia del sujeto (Oñate, 2024).

La preservación y difusión de estas narrativas contribuyen a mantener viva la memoria colectiva, el fortalecimiento de la identidad cultural, el respeto por la diversidad cultural y el reconocimiento del valor del conocimiento ancestral de su entorno.

Como objetivos fundamentales es importante examinar el potencial de la plataforma TikTok para fomentar una nueva apreciación por las leyendas ecuatorianas para comprender las representaciones y valoraciones que los adolescentes otavaleños construyen en torno a la unión entre estas narrativas y su propia identidad cultural e identificar los elementos narrativos, estéticos y retóricos que resultan más efectivos para la comunicación de dichas leyendas en el entorno digital de TikTok

La investigación se divide en cuatro capítulos que abordan el tema de manera más amplia y concreta. En el primer capítulo que corresponde al marco teórico se desarrolla los fundamentos teóricos sobre la educomunicación, TikTok y su influencia en los jóvenes, definición de leyendas y consumo cultural, para entender de mejor manera desde el punto de vista de otros autores. El segundo capítulo se centra en la metodología y los procedimientos a seguir, en conjunto con las técnicas e instrumentos para la recolección de datos y conocer la perspectiva de los adolescentes maestros. En el tercer capítulo, se analizan y se presentan los resultados y conclusiones, mostrando de manera clara y organizada los hallazgos sobre el contexto de la educomunicación y el consumo cultural en los adolescentes. Finalmente, el cuarto capítulo propone estrategias educomunicacionales basadas en TikTok para la difusión de leyendas ecuatorianas de Imbabura de la ciudad de Otavalo.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

1.1 Educomunicación

La Educomunicación es un campo interdisciplinario necesario en la actualidad, pues integra los ámbitos pedagógico y comunicativo. Su importancia radica tras el incremento de la tecnología en la sociedad. La creciente influencia de los medios en las nuevas generaciones exige una educación que les permita comprender y analizar de manera más crítica. Es importante que las prácticas pedagógicas se adapten al papel central de los medios en la vida de los jóvenes para llamar su atención. Se requiere, por tanto, una formación que desarrolle competencias expresivas y críticas, superando una visión tecnológica y reconociendo las cualidades educativas de los medios. Existe una contradicción entre la relevancia social de la información difundida y su poca e limitada presencia en los sistemas educativos (Aguaded, 2012).

1.1.1 Definición de la Educomunicación

La educomunicación surge como un campo interdisciplinario que une estudios teóricos y prácticos, articulando los procesos de la educación y la comunicación. Para ser efectiva y relevante en el contexto contemporáneo, requiere integrar las lógicas, lenguajes y herramientas de la comunicación. Busca garantizar una educación equitativa y de calidad para todos, atendiendo las necesidades de las personas y sus contextos, se ha convertido tanto en un reto como una responsabilidad. Este interés por un proyecto educativo igualitario ha impulsado, tanto nacional como internacionalmente, el compromiso de promover una línea de actuación común que priorice la diversidad (Barrio,2009).

En su esencia, busca empoderar a las personas y a las comunidades mediante el desarrollo de competencias críticas y creativas en relación con los diversos medios y lenguajes, lo que promueve la participación activa y colaborativa de la educomunicación. Su objetivo principal es mantener una ciudadanía informada, reflexiva y capaz de interactuar de manera consciente y crítica, que logre transformar su entorno social.

Para Bonilla-Del-rio et al., (2018), la educomunicación es una herramienta clave para la integración de personas con diversidad funcional en la Sociedad de la Información y el Conocimiento, quienes podrían enfrentar una exclusión social, la formación busca fomentar su autonomía, independencia y habilidades sociales y sobre todo comunicativas.

1.1.2 Conceptos de la Educomunicación

Los conceptos de la educomunicación se entrelazan con los pensamientos de diversos autores, cada uno ha contribuido a la evolución de este concepto fundamental que combina la educación y la comunicación a la vez, cada definición y estudio, ha permitido comprender la complejidad de la misma.

En primer lugar, se encuentra el educador brasileño Paulo Freire, quien es considerado uno de los pensadores más influyentes con respecto a la educación durante la mitad del siglo XX, con su obra la *Pedagogía Liberadora* que realiza una crítica al entorno social en el que vivía en los años 50 y 60, reflexionando sobre la necesaria liberación, entrelazándolo con su obra la *Pedagogía del Oprimido* (Moreira & Carola, 2020). El autor busca crear conciencia y generar cambios para el progreso de una sociedad. Su lucha se centró para eliminar el analfabetismo que imponían los opresores para impedir transformaciones profundas. Propuso una visión de aprendizaje orientada a despertar el interés de las personas y su cultura, enfatizó la importancia de la crítica y de la participación para la transformación social, solo así los oprimidos alcanzarían la liberación de los opresores (Ocampo, 2008).

La reflexión siempre traerá un cambio y es parte del ser humano, esto se constituye por la realidad que lo rodea. Para Freire (1976) en su obra *Educación y cambio*, menciona que:

No hay hombre sin mundo, ni mundo sin hombre, no puede haber reflexión y acción fuera de la relación hombre-realidad. Esta relación hombre-realidad, hombre-mundo, al contrario del contacto animal con el mundo, como ya afirmamos, implica la transformación del mundo, cuyo producto, a su vez, condiciona ambas: acción y reflexión. (p. 4)

En esta obra el autor demuestra que la educación es una herramienta esencial para el cambio. En lugar de tratarse de solo transmisión de información, Freire eleva el enfoque de la conciencia crítica sobre la estructura opresiva, lo que refleja la preocupación de la educomunicación por la alfabetización mediática y la capacidad de analizar los medios.

Por otra parte, Mario Kaplún, en su obra *Una pedagogía de la comunicación*, se destaca como uno de los principales referentes de la educomunicación en América Latina. El autor sostiene que la comunicación no es meramente un instrumento al servicio de la educación, sino un componente importante del proceso pedagógico. Para ello, se centra en tres modelos: contenido, efectos o procesos (Kaplún, 2010). Kaplún señala que enseñar no consiste únicamente en impartir información de manera lineal al estudiante, sino que existe un efecto donde surge la interacción, participación y la construcción colectiva del conocimiento.

Tabla 1

Modelos básicos

Modelos exógenos		Modelo Endógeno
Énfasis en el contenido	Énfasis en los efectos	Énfasis en el proceso
<ul style="list-style-type: none"> • Educación tradicional. • Transmisión de conocimientos de manera lineal. • Se prioriza el contenido que el estudiante debe aprender. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se busca generar interés a través de premios. • Cuestiona al modelo tradicional. • Modelo manipulador. 	<ul style="list-style-type: none"> • Intercambio de ideas. • Trabajo en grupo. • Pensamiento crítico. • Busca generar una acción tras la reflexión.

Nota: Elaboración propia a partir de Kaplún (2010).

Kaplún aboga por una comunicación educativa que promueva el pensamiento crítico y el análisis; de igual manera, la participación activa de los estudiantes para dejar de lado el modelo de enseñanza unidireccional establecido por la sociedad.

Mientras que Célestin Freinet, considerado uno de los padres de la educomunicación, se enfocó en la inserción de los medios de comunicación dentro de las aulas, creando una revista donde los estudiantes expresaban sus inquietudes y los docentes también, fomentando la comunicación con un canal de libre expresión (Méndez et al., 2015). La aplicación de los medios cambió por

completo el aprendizaje unidireccional, los estudiantes comenzaron a investigar, se fomentó el aprendizaje autónomo y la construcción del conocimiento (Varela, 2016).

Para Martín- Barbero, en su obra *Cuando la tecnología deja de ser una ayuda didáctica para convertirse en mediación cultural*, se plantea la necesidad de desarrollar una pedagogía que tenga la tecnología como mediación cultural, ya que esta no constituye únicamente como un apoyo a la educación, sino que es una herramienta que influye en los procesos cognitivos (Martín-Barbero, 2009). Mientras que en su obra *¿Desde dónde pensamos la comunicación hoy?*, reflexiona sobre la forma en que se aborda el estudio de la comunicación, específicamente en Latinoamérica, el autor escribe que la comunicación no solo es un simple proceso de transmisión de información, sino que es un factor importante para la construcción de las sociedades, buscando comprender la comunicación de la vida cotidiana y de la cultura, mencionando que la comunicación en Latinoamérica deber ser estudiada desde el punto de vista propio de la región (Martín-Barbero, 2015).

Otro referente fundamental respecto al pensamiento comunicacional latinoamericano es Luis Beltrán, quien realiza una crítica al enfoque unidireccional de la comunicación y destaca la importancia de que el gobierno implemente el acceso equitativo a la comunicación de los medios, con el fin de asegurar el derecho a la información. Para el autor, el desarrollo debe entenderse como una transformación sociopolítica intencional, rápida y profunda, que busca cambios estructurales en la economía, el medio ambiente y la cultura de una nación. Su propósito es mejorar la calidad de vida de la mayor parte de sus habitantes, tanto en términos éticos como materiales, asegurando condiciones de respeto, equidad y autonomía (Beltrán, 2005).

Valderrama concibe la educomunicación como un potencial ante los procesos de educativos y comunicativos, ya que ambas disciplinas se enriquecen mutuamente para potenciar el aprendizaje e ir más allá de los modelos tradicionales y unidireccionales de enseñanza. El autor señala que esta perspectiva propone una nueva forma de relación entre la educación y la comunicación, centrada en la interacción dialógica, participativa y activa (Valderrama et al., 2000).

Finalmente, Adalid Contreras se enfoca en una comunicación más humana e inclusiva, orientada a la sociedad a dejar de lado el sensacionalismo que favorece el poder político. Para abordar lo comunicacional, el autor se centra en las emociones y señala que la comunicación se encuentra vinculada a un momento histórico, social, cultural, económico, político y comunicacional (Contreras, 2020).

A partir de estos planteamientos, se identifica distintos enfoques de conceptos sobre la educomunicación, entendida desde la educación y la comunicación, revelando diferentes perspectivas para entenderla incluso desde el pensamiento latinoamericano.

1.1.3 Relación entre educación y comunicación: modelo dialógico vs. Transmisivo

La relación entre educación y comunicación, se sustenta por los estudios de la pedagogía crítica y la transformación social. Para el educador brasileño Freire (1973), “Comunicar es comunicarse en torno al significado significante. De esta forma, en la comunicación, no hay sujetos pasivos. Los sujetos, co-intencionados al objeto de su pensar, se comunican su contenido” (p.75). Desde esta perspectiva, la comunicación se entiende como diálogo y el diálogo, a su vez, como un proceso comunicativo importante en la educación, ya que promueve la interacción, la participación y la construcción del conocimiento.

Paulo Freire en 1970, en su obra *La pedagogía del Oprimido*, hace referencia al modelo transmisivo, referenciándolo como un modelo bancario, que nace del proceso educativo unidireccional donde el docente es quien posee el poder y tiene el saber frente al estudiante, donde no existe retroalimentación ni cuestionamiento, lo que lo convierte en una comunicación sin crítica y una educación con dominación (Ocampo, 2008).

Tabla 2

Modelo dialógico vs transmisivo

Dialógico	Transmisivo
<ul style="list-style-type: none">• Existe retroalimentación.• Se fomenta el pensamiento crítico.• El conocimiento se construye desde la experiencia.• Comunicación multidireccional.• Participante activo• Diálogo	<ul style="list-style-type: none">• Modelo bancario• No existe retroalimentación ni interacción.• Se transmite.• Información unidireccional.• El docente tiene el conocimiento.• Repetición y memorización.

Nota: Elaboración propia con base en la obra “La pedagogía del Oprimido” de Paulo Freire de 1970.

El modelo transmisivo es común encontrarlo en las instituciones educativas tradicionales, reforzando estructuras jerárquicas y limitando el desarrollo de un pensamiento crítico en los estudiantes. En contraste, el modelo dialógico abre las puertas a una educación más inclusiva con participantes activos y pasivos, lo que contribuye a la formación de individuos con pensamientos transformadores y libres.

1.2 La Educomunicación y la Cultura Digital

La llegada de la tecnología ha transformado profundamente la cultura contemporánea, al facilitar la creación y el intercambio de información a través del internet, modificando la manera en que las personas interpretan la realidad y organizan su vida cotidiana. La digitalización ha permitido convertir signos, movimientos, libros, imágenes y sonidos en formatos accesibles, trasladándolos a un entorno en el que el acceso al conocimiento se amplía y se vuelve más colectivo. La rápida

expansión de la era digital ha generado transformaciones significativas e diversos ámbitos culturales, dando lugar a lo que se conoce como cultura digital. En este contexto, Echeverría (2009) menciona que:

La digitalización genera un nuevo tipo de objetos con los que se puede operar y producir nuevas formas. Ésta es la base de la cultura y el arte digital, que puede ser ejemplificada mediante las simulaciones en 3D, el net-art o las páginas Web. La cultura digital se desarrolla operando con dígitos por medio de diversos artefactos TIC. Sólo se accede a ella mediante artefactos tecnológicos, de manera que puede ser caracterizada como una tecnocultura. (p. 563)

La educocomunicación va más allá de los cambios digitales creados a partir de la Web 2.0, busca crear jóvenes con pensamientos críticos sobre su situación y crear una acción para generar un cambio, busca nuevas formas de impartir información, superando sus límites, la era digital ofrece herramientas de interacción en tiempo real a través de sus diversas plataformas como lo son medios digitales, redes sociales, YouTube y blogs. Los jóvenes y adultos se encuentran inmersos en ciberespacios a través de sus dispositivos lo que crea una interacción dialógica participativa es decir que se deja de lado la información lineal, creado una fase multidireccional donde el usuario incluso tiene retroalimentación (Aparici et al., 2010).

1.2.1 El impacto de las tecnologías digitales en la educación y la comunicación en las nuevas generaciones

En la actualidad, todos se encuentran conectados a través del internet y la información llega de distinta manera, los jóvenes consumen diversos contenidos desde lo educativo hasta contenidos de entretenimiento a través de diferentes plataformas. Para Zambrano & Chancay (2024), el impacto de la tecnología es significativo en la educación, permite entender a los estudiantes temas complejos y los ayuda a tener un mejor aprendizaje y mayor comprensión respecto a las asignaturas. Además, destaca por su mayor facilidad a la hora de comunicarse entre alumnos y profesores, lo que permite una retroalimentación constante y fomenta un ambiente colaborativo en los trabajos desarrollados en entornos virtuales.

Las tecnologías digitales ofrecen nuevas posibilidades de aprendizaje, ya que proporcionan flexibilidad y capacidad de adaptación. Permiten ajustar contenidos y formas de enseñanza a las necesidades y al ritmo de cada estudiante, favorecen la inclusión de estudiantes con desafíos cognitivos y facilitan el acceso a la educación y comunicación en condiciones de igualdad. Además, contribuye a eliminar barreras geográficas (Screpnik, 2024).

Para entender adecuadamente la incidencia de las tecnologías en los adolescentes, resulta necesario considerar el rango de edad que permite diferenciarlos dentro de las nuevas generaciones. Las experiencias, prácticas digitales y formas en las se apropian de la tecnología varían según la etapa de desarrollo en la que se encuentran. En el Ecuador según el Congreso Nacional del Ecuador (2002) en el código de la niñez y adolescencia, en el Art 2 y Art 4, definen los rangos etarios que

permiten distinguir entre niños, adolescentes y jóvenes, lo que facilita un análisis más preciso del impacto de las tecnologías en cada grupo.

Tabla 3

Rango de edades en el Ecuador

Definición	Rango de edad
Niño o Niña	0-12 años
Adolescentes	12-17 años
Jóvenes	18 años

Nota: Elaboración propia en base al Código de la Niñez (2002)

Con los rangos de las edades definidos se conoce qué edad consume mayormente contenidos educativos en plataformas digitales en esta era tecnológica. Para ello, es necesario describir el perfil generacional para conocer sus preferencias y gustos ante el consumo, este consta de cuatro generaciones.

Tabla 4

Perfil generacional

Generación	Nacimiento	Características	Preferencia
Z o Centenials	1994 y 2006	<ul style="list-style-type: none"> • Recién están entrando al mundo laboral. • Nacieron en la era digital. • Acostumbrados a estar conectados. • Es la peor informada. • Se considera una generación competitiva, práctica, <i>multitasking</i> y creativa 	<ul style="list-style-type: none"> • En la educación, buscan que les cree una experiencia. • Son más sociables en las redes sociales. • Son más autodidácticos y aprenden más fuera de clases • Para el aprendizaje emplean YouTube. • Son propensos a optar por un consumo efímero y rápido
Generación Y o Millennials	Mediados de la década de los 20, a finales de la	<ul style="list-style-type: none"> • Se desarrollan desde la creación del internet y de las 	<ul style="list-style-type: none"> • Se interesan por la educación y superarse a sí mismos.

década de los 30.	<ul style="list-style-type: none"> herramientas tecnológicas. La tecnología es parte de ellos. Es una generación acostumbrada a trabajar. Les encanta experimentar y descubrir nuevas cosas que les generen vivencias. 	<ul style="list-style-type: none"> Se interesan por las redes sociales o medios tecnológicos, no se fijan en los medios tradicionales.
Generación X 1965 y 1980/1981	<ul style="list-style-type: none"> Crecieron en una época donde la educación superior era considerada esencial para el desarrollo personal y profesional. Representan una parte importante del mercado laboral; suelen ocupar cargos de liderazgo. 	<ul style="list-style-type: none"> Vivieron la transición de la era analógica a la digital. Se resisten parcialmente a la tecnología, pero la reconocen como herramienta útil
Baby Boomers 1944 y 1964	<ul style="list-style-type: none"> Muchos ya están jubilados o se dedican a consultorías. Valoran las recompensas de su trayectoria laboral. No crecieron con Internet, pero han aprendido a usarlo de forma funcional. 	<ul style="list-style-type: none"> Prefieren canales tradicionales de información. No consideran esencial gastar en dispositivos tecnológicos.

Nota: Elaboración propia en base al texto de Estudio de las diferencias en el consumo por generaciones: Baby Boomers, Generación X, Millennials (Y) y Centennials (Z) en la ciudad de Cuenca para el año 2020, de Alvarado & González (2021).}

Conocer el perfil generacional permite adoptar recursos, lenguaje, estética y estrategias comunicacionales a las características de los adolescentes; de esta manera, la plataforma de TikTok se convierte en una herramienta efectiva para difundir contenidos más precisos cuando se conocen sus preferencias, dado que emplean las redes sociales no solo para comunicarse, sino también para informarse y formarse de opiniones.

1.2.2 El potencial de las redes sociales como herramientas educomunicacionales

Las redes sociales tienen gran acogida en la era digital y se han convertido en un gran potencial dentro del ámbito de la educomunicación. Sus características interactivas, participativas y multimedia las posiciona como herramientas esenciales a la hora del aprendizaje. Estos espacios implementan nuevas formas de aprender; sin embargo, existen factores que determinan su éxito o su fracaso.

Las redes sociales representan una forma de conexión entre usuarios en un mundo dinámico e interconectado, ya que facilitan la comunicación a distancia y contribuyen a la ruptura de barreras. En el contexto de la globalización y la era digital, estas plataformas se configuran como un nuevo método de comunicación que impulsa transformaciones en las formas de organización social e influye de manera significativa en disciplinas como la economía y la política (Luna, 2004).

Las plataformas digitales más usadas por los jóvenes según Colunche et al. (2025), son: Facebook, WhatsApp, Instagram y TikTok, las cuales tienen un impacto en la relación entre docente y alumno.

Tabla 5

Principales Redes Sociales y la Educomunicación

Redes Sociales	
WhatsApp	<ul style="list-style-type: none">• Es una de las plataformas más utilizadas para facilitar una comunicación rápida y directa entre docentes y estudiantes.• Permite una mayor accesibilidad fuera del aula, superando las barreras de tiempo y espacio.• Fomenta una relación más cercana entre estudiantes y docentes.• Se utiliza en grupos para promover el trabajo en equipo y el intercambio de conocimientos, facilitando la colaboración.
Facebook	<ul style="list-style-type: none">• Facilita una comunicación rápida y directa entre docentes y estudiantes, mejorando la accesibilidad fuera del aula.• Los grupos de Facebook se utilizan para promover el trabajo en equipo y el intercambio de conocimientos, facilitando la colaboración.
Instagram	<ul style="list-style-type: none">• Facilitan la comunicación y el intercambio académico.

	<ul style="list-style-type: none"> • Herramienta útil para complementar la enseñanza tradicional. • Los profesores la utilizan para crear actividades concisas que ayudan a los alumnos a consolidar lo aprendido, sentir más interés por la materia y avanzar en su proceso de aprendizaje.
TikTok	<ul style="list-style-type: none"> • Instrumento útil para consolidar el conocimiento de los alumnos, lo que se tradujo en un efecto beneficioso para la enseñanza y el aprendizaje. • TikTok fomenta la participación activa de los estudiantes en su propio proceso de aprendizaje, evitando un rol meramente receptivo. • Favorece al fortalecimiento del aprendizaje.

Nota: Elaboración propia en base al texto de Colunche (2025), Corral (2025) y Ruiz (2024).

Las redes sociales transforman a los usuarios de simples consumidores de información a creadores y divulgadores activos de contenido. Esto facilita la realización de proyectos en colaboración, la producción de materiales por parte de los estudiantes y el intercambio de opiniones, ya que conecta de manera directa al docente y alumno. En este sentido, las redes sociales, a pesar de sus retos y características propias, representan un espacio propicio para la innovación en la educomunicación. Su habilidad para conectar personas, fomentar la interacción y difundir información de manera rápida y atractiva las convierte en herramientas potentes para cambiar la forma en que los jóvenes se vinculan con el saber y la cultura.

2.1 Medios Sociales

La era digital introdujo nuevas formas de interacción entre las personas a través del internet, lo que facilitó la circulación de la información más allá del aula de estudio. Este contexto impulsó a los estudiantes a mantenerse conectados e informados en tiempo real y favoreció a la adaptación de los materiales educativos a las redes y medios sociales, los cuales funcionan como canales de interacción entre docentes y alumnos dentro del entorno digital (Ariza & Pons, 2021). Estos espacios permiten que el estudiante mantenga un aprendizaje autónomo con el material educativo en la red.

El término medios sociales abarca más allá de lo que se conoce como redes sociales. Los medios sociales implican blogs, foros, correos electrónicos servicio de mensajería móvil, comunidades online, wikis y más, permitiendo compartir contenido con los demás usuarios a través de su estrategia multicanal (Dinterweb. 2025).

Tabla 6*Medios sociales*

Blogs	Beneficios: 1. Enfoque educativo. 2. Disponibilidad permanente para su edición 3. Estar en contacto con diferentes clases académicas (Shams,2013).
Correo electrónico	Herramienta de enseñanza y aprendizaje a través de la creación de portafolios electrónicos, este medio puede fomentar la autonomía e interacción entre estudiantes (Khoosf y Khosravani, 2014).
Servicios de mensajería móvil	Herramienta versátil en la educación, permitiendo la interacción tanto en tiempo real (sincrónica) como diferida (asincrónica).
Wikis	Fomenta la colaboración entre estudiantes a través de documentos compartidos.

Nota: Elaboración propia en base a la investigación “Medios y redes sociales en la enseñanza-aprendizaje del inglés: valoraciones de estudiantes universitarios” de Ariza & Pons (2021).

La era digital ha transformado la interacción entre docentes y estudiantes, al favorecer una retroalimentación más participativa. Las plataformas digitales amplían el aprendizaje al ofrecer espacios accesibles para el intercambio de ideas y la construcción colaborativa del conocimiento.

2.1.1 TikTok

TikTok es una plataforma digital destinada a la creación de videos cortos, pero en 2021 se aumentó el tiempo de duración a tres minutos, lo que lo diferencia de otras plataformas que emplean elementos multimedia de larga duración. Se popularizó durante el confinamiento del COVID-19 y se convirtió en una plataforma muy popular entre los jóvenes, fomentando la participación en tendencias populares a través de bailes, tutoriales, entretenimiento y de belleza (Quiroz, 2020). Estas características permiten transformar contenidos culturales tradicionales, como lo son las leyendas ecuatorianas, en formatos narrativos atractivos para los adolescentes, la presentación de videos cortos con información acerca de la cultura, favorece su apropiación simbólica y cultural.

A pesar de ser una gran herramienta, existe un riesgo de adicción, la plataforma ofrece herramientas para controlar el tiempo que se le dedica al consumo de videos, recordando al usuario de tener un descanso sobre su uso excesivo (Trejos-Gil et al., 2023). Para ello al diseñar estrategias educacionales se debe tener en cuenta la responsabilidad pedagógica, hay que reconocer los riesgos, sin embargo, no hay que dejar de lado que el uso educativo puede contrarrestar el consumo pasivo y fomentar un crítico y consciente.

En el Ecuador lidera como la plataforma con mayor cantidad de usuarios. Hasta enero de 2024, contó con 14.260.000, lo que representa un incremento del 19,71 % en comparación con 2023. De este total, cerca de 5 millones de usuarios de TikTok tienen entre 18 y 24 años, y se estima que entre el 25 % y el 27 % son menores de 18 años (Mentinno, 2024). Estas cifras evidencian la necesidad de desarrollar estrategias educomunicacionales con respecto al entorno, especialmente en espacio con una alta riqueza cultural como Otavalo, lo que puede ayudar a fortalecer la identidad cultural en adolescentes.

2.1.2. Origen, evolución y características principales de la plataforma.

TikTok se consolida como una plataforma universal y adquiere una posición significativa en la vida cotidiana de los adolescentes. Con su formato dinámico, esta red social se convierte en un medio clave para la difusión de contenido cultural, social y educativo. Debido a su gran acogida, la mayoría de las personas, tanto jóvenes como adultos, poseen un perfil en esta red social.

Tabla 7

Información sobre TikTok

Origen	Evolución	Características
<ul style="list-style-type: none"> • Lanzado inicialmente en China en 2016 bajo el nombre Douyin. • En 2017 se lanzó internacionalmente como TikTok. 	<ul style="list-style-type: none"> • En 2018, se convirtió en la aplicación más descargada en Estados Unidos. • Actualmente está disponible en más de 150 países y cuenta con más de 800 millones de usuarios activos mensuales. • Durante la pandemia de COVID-19, su uso creció significativamente; en marzo de 2020 tuvo 75 millones de descargas, un aumento del 25% respecto a febrero del mismo año. • Diversas instituciones comenzaron a usar TikTok para informar sobre el COVID-19, mediante retos virales como 	<ul style="list-style-type: none"> • Permite crear y compartir videos cortos de entre 15 a 60 segundos. • Ofrece herramientas de edición rápida y sencilla, con efectos y sonidos disponibles desde una galería colaborativa. • Utiliza inteligencia artificial (AI) para personalizar el contenido, aprendiendo de los "me gusta", comentarios y tiempo de visualización de cada usuario. • No requiere seguir a otros usuarios ni subir contenido para recibir recomendaciones personalizadas.

#stayathomechallenge
o
#safehandschallenge.

- El contenido es principalmente de entretenimiento y humorístico.
-

Nota: Elaboración propia en base al texto “TikTok: ¿una herramienta educativa para combatir la COVID-19? de los autores Becerra- Chauca & Taype- Rondan (2020).

TikTok transforma el modelo tradicional de comunicación al permitir que los usuarios participen activamente en la creación de contenidos audiovisuales. Su algoritmo favorece la visibilidad y viralidad, ha contribuido a que esta plataforma se destaque. En el contexto de la era digital, TikTok surge como un fenómeno global, al alcanzar más de mil millones de usuarios activos en 2023 (Prado & Erazo, 2025).

2.1.3 El algoritmo de TikTok y su influencia en la distribución de contenidos

Las diversas características que posee TikTok han favorecido que diversos usuarios se enganchen a su formato interactivo. A diferencia de otras plataformas tradicionales, los buscadores y redes sociales actuales se adaptan a la información del usuario basándose en factores de ánimo, gustos musicales, relaciones, situación actual. Este proceso es posible gracias al algoritmo que poseen cada red social. En el caso de TikTok, la plataforma utiliza datos como la ubicación, número celular, género e intereses para estructurar el *feed* principal del usuario, conocido como *Para ti*, mostrando contenidos acordes con sus preferencias e intereses (Vasquez, 2025).

La personalización planteada por TikTok, muestra a los usuarios aquello que se presume que desean ver o lo que el algoritmo interpreta como su interés, resultando en una burbuja informativa diseñado para mantenerlo enganchado a consumir contenido que ya ha consumido, minimizando la posibilidad de encontrar perspectivas diferentes (Cotta de Kelley, 2019). Los *likes*, *hashtags* y comentarios, son fundamentales para ayudar a que la estructura del algoritmo de la plataforma se adapte de la mejor manera al gusto de la persona.

2.2 Influencia de TikTok

TikTok es una plataforma popular que moldea los hábitos de consumo, aspectos clave de la identidad, lenguaje y comportamiento de la persona. Los usuarios se encuentran conectados en un entorno digital que se encuentra saturado de información que conecta diferentes países en un entorno digital, lo que resulta que los hábitos de consumo de los jóvenes evolucionen (Cortés-Quesada & Vizcaíno- Verdú, 2025). Las personas adoptan culturas, fiestas, modas e incluso lenguaje de otros países, esto a través de la información que circula en la red. Se ha visualizado un cambio profundo dentro de las culturas del Ecuador como lo es Otavalo, donde existe un

desplazamiento de su vestimenta tradicional, lengua y festividades por el consumo constante de información ajeno a su entorno.

Las redes sociales conforman un gran poder a la hora de formar ideas, comportamientos e incluso en la participación política. Esto a raíz de los grupos sociales en los entornos digitales que logran influenciar de gran manera, de igual forma la aparición de celebridades famosas en los videos cortos y llamativos juega un papel importante a la hora de persuadir a la persona sobre una decisión (Chacho, 2024). TikTok con su capacidad de creación, consumo y tendencias, catapultó videos de usuarios nuevos a la viralidad en cuestión de horas, incentivando a los jóvenes a crear y compartir sus propias interpretaciones como bailes, narrativas, ediciones y más.

Esta dinámica de imitación y reinterpretación, para Zulli & Zulli (2020), es fundamental para comprender la influencia de TikTok. La plataforma se rige por la imitación, donde los usuarios se inspiran en el contenido popular y lo reinterpretan, añadiendo su propio toque personal. Este proceso no solo impulsa la creación constante de contenido nuevo, sino que también fortalece el sentido de pertenencia a comunidades en línea y facilita la construcción de una cultura digital compartida, basada en la repetición y la variación de patrones. Las características de la aplicación son esenciales para la difusión de videos acerca de las leyendas ecuatorianas, los adolescentes pueden ser quienes creen y difundan la información del entorno que los rodea, videos apegados a su realidad, a su cultura y creencias.

2.2.1 Construcción de identidad digital

Con la llegada de la era digital, el significado de identidad ha experimentado una transformación significativa, ya no se define únicamente por aspectos físicos, sino de la manera en que se interactúa en la red, esto se crea a raíz de las actividades que se efectúan dentro de las plataformas digitales y de las redes sociales. Cada acción realizada en línea como publicaciones, comentarios, reacciones o visualizaciones deja un rastro digital que ayuda a la construcción de lo que ahora se conoce como identidad digital.

El creciente uso de servicios digitales genera una gran cantidad de información personal que refleja el comportamiento, los intereses y la personalidad de cada usuario en la red. Esta información da lugar a la construcción de la Identidad Digital, lo cual incorpora la presencia del usuario en línea, lo que puede presentarse como una oportunidad como también un riesgo, la persona crea toda su identidad dentro de las redes y es importante que exista un equilibrio con la privacidad (Botas, 2021). En este contexto, la ciberseguridad y la regulación del uso de los datos personales se convierten en elementos clave para garantizar una construcción segura de la identidad digital.

La identidad digital es la representación del individuo en el entorno digital, construidas partir de las interacciones, contenidos compartidos y relaciones establecidas, la construcción de la identidad digital es un proceso complejo y multifacético, que esta moldeado por la interacción social. En este sentido, Páramo (2025) señala que la información que identifica a una persona en la actualidad

trasciende los datos tradicionales e influye en huellas digitales que identifican al usuario dentro de la red. Desde la educomunicación, comprender estos procesos resulta necesario al momento de promover un uso crítico, responsable y formativo acerca de los entornos digitales.

Comprender cómo se forma y se gestiona esta identidad virtual es esencial, especialmente en el caso de los adolescentes, quienes se encuentran en una etapa clave de construcción de su identidad personal y social. TikTok, debido a su formato dinámico y a su alto nivel de interacción influye en la manera en que los adolescentes forman su identidad digital. Las interacciones que desarrollan dentro de la aplicación funcionan como mecanismos de validación social, estos pueden fortalecer o afectar la percepción que tienen de sí mismos.

Un manejo consciente de la identidad digital permite aprovechar las oportunidades que ofrecen los entornos digitales, al mismo tiempo que se protege la privacidad y la reputación en línea. Por ello, resulta fundamental analizarlo desde la perspectiva educomunicacional y aprovechar su potencial educativo y cultural.

2.2.2 Impacto cognitivo y social del consumo de contenidos breves

En plataformas digitales como TikTok, Instagram Reels y YouTube shorts se difunden videos de corta duración que captan fácilmente la atención de los usuarios. No obstante, el uso excesivo de las redes sociales puede generar consecuencias negativas, como aislamiento social, distorsión entre la realidad y el mundo digital, desinterés en actividades, depresión, problemas familiares, baja autoestima, problemas fisiológicos, ansiedad y bajo rendimiento escolar (Valencia- Ortiz et al., 2021).

Si bien en el ámbito cognitivo de las redes sociales pueden ofrecer oportunidades para la participación interactiva, existe una negativa respecto al perjuicio a funciones como la atención, memoria y desarrollo socioemocional, ante un presente uso excesivo de las redes sociales y sus contenidos. Los dispositivos digitales, si bien ofrecen nuevas vías de interacción social a través de redes y juegos en línea, pueden disminuir las interacciones cara a cara, lo que podría obstaculizar el desarrollo de la cognición social, la empatía y la regulación emocional, habilidades que se fomentan mediante el contacto humano directo (Clemente- Suárez et al., 2024). No obstante, se concluye que estas influencias negativas se relacionan principalmente con casos de adicción, falta de supervisión y consumo de material inapropiado para menores, por lo que el consumo moderado de contenido digital no representaría un riesgo para el desarrollo infantil (Vidal et al., 2024).

2.3. TikTok como herramienta para la difusión cultural

Las plataformas digitales han trascendido en su función inicial de conectar a las personas, convirtiéndose en valiosas herramientas para la difusión de contenidos culturales. En este contexto, TikTok influye de manera significativa en la propagación de tendencias culturales, expresiones

artísticas y en la promoción del patrimonio cultural, elemento esencial en países como Ecuador. Su formato de videos cortos, acompañado de música y efectos, lo hace destacar al generar contenido creativo, reduciendo gastos altos a la hora de incurrir en otros medios sociales (Padilla, 2021). TikTok es una plataforma fundamental para alcanzar audiencias y generar reconocimiento público. Aunque no genera las tasas de interacción esperadas, se comprobó que las interacciones en TikTok reflejan un interés genuino en el mensaje, a diferencia de otras redes sociales como Facebook e Instagram (Díaz, 2023).

TikTok tiene como fortaleza su accesibilidad y facilidad de uso, permitiendo que personas de diferentes edades puedan crear y compartir contenido de su interés sin necesidad de ser expertos esta plataforma se presenta como una herramienta dinámica y con un alcance significativo para la difusión cultural. Para Maldonado et al., (2021), “La industrialización de la cultura, aunque se pensaba podía desarticular las culturas tradicionales, se transforman en resistencia ante una lógica que destruía los modos de vida” (p.262). Surgiendo así una nueva forma de dinámica cultural, ya que la cultura es parte esencial a la hora de la construcción de la identidad.

2.3.1 Casos de éxito en la difusión cultural a través de TikTok

En la actualidad, la cultura cuenta con una herramienta poderosa para expandir el saber de forma accesible y entretenida, sin importar el origen social ni el conocimiento previo del usuario. Su sofisticada inteligencia artificial facilita un primer contacto amigable y efectivo con contenidos culturales a través de interacciones sencillas, como un *like* (Reyes & Cisterna, 2022).

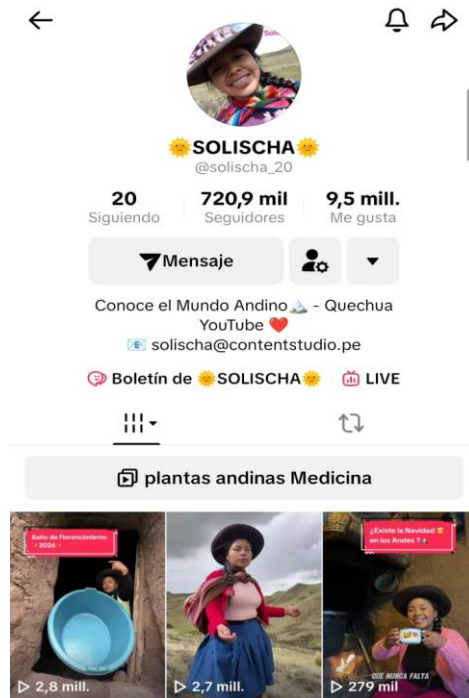
TikTok, con su vasto alcance y formato visualmente atractivo, se ha posicionado como un centro importante para la difusión cultural en el entorno digital. Creadores de contenido de diversas culturas y naciones emplean esta plataforma como un medio eficaz para compartir y dar a conocer su herencia, enseñando desde sus lenguas maternas y costumbres hasta sus tradiciones, danzas, gastronomía e historia local. De esta manera, buscan educar y permitir que usuarios de distintos países descubran y aprendan sobre la riqueza y diversidad de las culturas a nivel global

La creadora de contenido peruana Solischa Secca Noa, antropóloga, traductora e intérprete de lenguas originarias, se ha dado a conocer

en diversos países por el contenido cultural que comparte en su red social TikTok, contando con 720,9 mil seguidores y con 9,5 millones de *me gusta*, la creadora se posiciona como un referente a la hora de compartir sus vivencias, tradiciones y cultura de su comunidad a través del internet, permite conocer el mundo andino y su lengua materna que es el Quechua con sus videos cortos que llaman la atención de quienes lo miran.

Figura 1

Perfil social de TikTok de Solischa Secca Noa



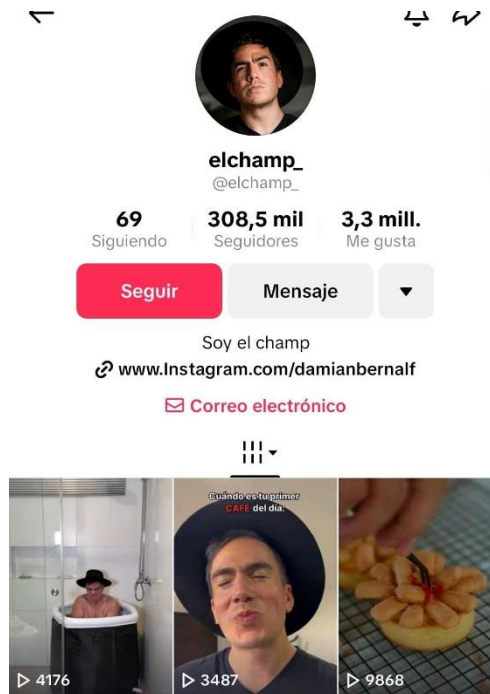
Nota: Perfil de la Tiktoker @solischa_20, (https://www.tiktok.com/@solischa_20? t=ZM-8w6em0xNPYX& r=1)

En su red social, la creadora muestra paso a paso las costumbres que no siempre son visibilizadas, enfocándose siempre en el lado andino de una manera divertida y creativa, emplea el español y el quechua para enganchar a los usuarios. En varios videos la creadora menciona la importancia de la conexión de la naturaleza y la historia de los pueblos como parte esencial de su identidad y la importancia de mantener un equilibrio con el cosmos andino.

En el Ecuador, el creador de contenido Damián Bernal, conocido mayormente como *El Champ* y semifinalista de *MasterChef Celebrity Ecuador 2*, comparte en redes sociales contenido sobre gastronomía y cultura, buscando promover y resaltar la identidad nacional y la pasión sobre el país. Damián, comparte su amor por el Ecuador en sus redes, expresa que: "Estamos en un punto que cualquier cosa que nos quieran comparar, nosotros tenemos lo mejor" (Romero, 2025). Gracias a sus publicaciones, ha alcanzado alrededor de 308,5 mil seguidores en su red oficial de TikTok y 3,3 millones de *me gustas*, lo que evidencia el interés en la comunidad digital por su contenido cultural.

Figura 2.

Perfil social de TikTok de Damián Bernal



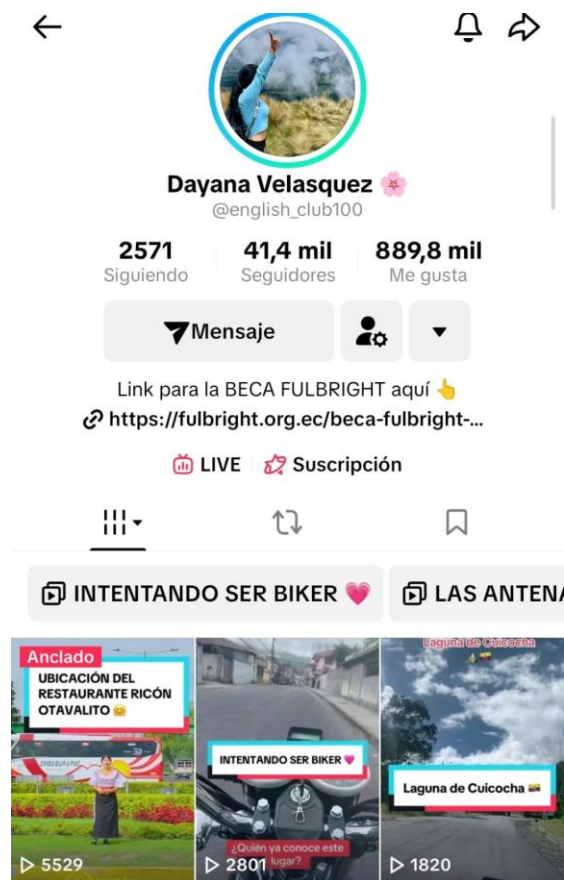
Nota: Perfil del creador de contenido @elbuenchamp, (https://www.tiktok.com/@elbuenchamp?_t=ZM-8wE5j4iSbpf&_r=1)

A través de sus videos cortos, el creador de contenido promueve la cultura, las tradiciones y los valores ecuatorianos, principalmente mediante la gastronomía. Resalta ingredientes, sabores y recetas propias de cada localidad del país, visualiza en sus redes sociales la riqueza culinaria nacional, desde los sabores tradicionales hasta los ancestrales y compartiéndola con una audiencia global.

Por otra parte, la creadora de contenido y docente de inglés y kichwa de la ciudad de Otavalo, Dayana Velásquez, comparte en su red social TikTok contenido relacionado con la cultura, costumbres, tradiciones, vestimenta y, sobre todo, la importancia de la lengua kichwa. En su perfil cuenta con 41.4 mil seguidores y 889.8 mil *me gusta*. A través de sus videos, usuarios de diversos países puedan conocer desde otra perspectiva cómo se vive en la ruralidad.

Figura 3

Perfil social de TikTok de Dayana Velásquez



Nota: Perfil de la creadora de contenido @english_club100, (https://www.tiktok.com/@english_club100? t=ZM-8wEFVLavswA& r=1)

En sus videos, la creadora de contenido Dayana Velásquez muestra, desde su realidad, los problemas que enfrenta su comunidad, incluida la pérdida de la lengua kichwa en la actualidad. Sin embargo, también destaca la importancia de mantener vivo este idioma y cómo el conocimiento de su lengua le ha permitido sobresalir y enseñar a los más pequeños dos idiomas distintos. Sus videos promueven la visualización y la no desaparición de la lengua materna, incentiva a los más jóvenes a seguir manteniendo viva su identidad sin sentir vergüenza alguna.

2.3.2 TikTok como plataforma educacional

TikTok como herramienta educacional, posee un alto potencial debido a que su formato de videos breves resulta atractivo para los adolescentes, quienes se encuentran profundamente inmersos en el entorno digital. Esta plataforma promueve la creatividad y la difusión de contenidos culturales y educativos, favorecida por el uso de hashtags que permiten que los videos se viralicen y alcancen a una audiencia más amplia.

En el campo de la educacional, la plataforma ofrece una amplia gama de temas, desde ciencia y tecnología hasta valores sociales y habilidades prácticas, todo en un entorno visualmente

atractivo. Estas características pueden ser utilizadas para desarrollar estrategias educomunicativas eficaces. En un estudio realizado con 165 estudiantes de bachillerato del cantón Latacunga, el 52,7 % consideró que TikTok es una herramienta útil para apoyar el aprendizaje. Asimismo, el 57 % valoró positivamente la recepción de conocimientos a través de esta aplicación, aunque un 32,1 % opinó que su impacto en la mejora del aprendizaje es limitado (Zabala-Shigui & Banda-Casa, 2022).

3.1. Definición y tipología de las leyendas

Las leyendas combinan elementos fantásticos con aspectos reales, situándose en contextos temporales cercanos a la realidad. Estas historias suelen incorporar elementos de la vida cotidiana que les otorgan identidad y sentido, y con frecuencia relatan hechos significativos para una comunidad específica (Suárez, 2023).

En el Ecuador, las leyendas constituyen una parte esencial del patrimonio cultural, ya que representan una rica herencia transmitida oralmente de generación en generación. El Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana (2021) las describe como relatos que “pueden servir para describir la picardía propia del ecuatoriano, el origen de un pueblo ancestral o para dar advertencias a los pobladores, particularmente a los niños y niñas sobre los peligros de alejarse del camino del buen comportamiento” (p. 2). Para las comunidades indígenas del país, según la cosmovisión kichwa, estos relatos vinculan elementos naturales como montañas, ríos y lagunas, transmitiendo enseñanzas y valores (El Comercio, 2018). Las leyendas, inspiradas en fenómenos naturales, supersticiones y creencias religiosas, ofrecen a través de su narración importantes lecciones para su entorno cultural.

Existen diversos tipos de leyendas, éstas que se encuentran las urbanas, rurales, locales, infantiles, etiológicas, históricas, religiosas, morales, escatológicas, marinas y de terror (Vicente, 2024).

Tabla 8

Tipologías de la leyenda

Tipos de leyendas	Característica
Leyendas urbanas	son relatos que se desarrollan en el contexto de las ciudades y se sitúan en tiempos más recientes. Se presentan como hechos reales, aunque no lo son, y su propagación, similar a la de un rumor, es lo que las establece como leyendas urbanas. Su contenido suele ser

	trágico o enigmático, en algunos casos transmiten enseñanzas morales o educativas.
Leyendas rurales	Comparten similitudes temáticas con las leyendas urbanas, se desarrollan en el entorno de los pueblos y sus amplias extensiones rurales y se sitúan en un tiempo remoto. Es común encontrar elementos sombríos con toques de terror y también seres fantásticos que residen en esos parajes.
Leyendas locales	Relatan sucesos específicos de un lugar determinado o las proezas de figuras históricas a las que dicho sitio debe su renombre. Por lo general, están vinculadas al origen del lugar o a sus logros más significativos.
Leyendas infantiles	Buscan explicar ciertos eventos a los niños de una manera sencilla e interesante, ofreciendo lecciones y moralejas.
Leyendas etiológicas	El elemento de realidad se encuentra en la ubicación donde se desarrolla la historia. Suelen relatar acontecimientos que tuvieron lugar en un pasado remoto y sus protagonistas pueden ser diversos, incluyendo deidades, monarcas o animales.
Leyendas históricas	Son leyendas más cercanas a la realidad, ya que se centran en sucesos históricos auténticos, como enfrentamientos bélicos. Sus personajes principales también fueron individuos reales, el propósito común es exaltar el acontecimiento, el lugar o la figura central.
Leyendas religiosas	Emplean temas de la religión, estas narraciones se centran en la vida de santos y mártires,
Leyendas morales	Brinda una enseñanza sobre principios y conducta a través de una situación conflictiva, el personaje principal se enfrenta a dos

	posibles decisiones y, usualmente, elige la correcta.
Leyendas escatológicas	Exploran el misterio de la existencia posterior a la muerte, adentrándonos en el terreno de lo espectral.
Leyendas marinas	Nace de la inseguridad que el océano inspira en los seres humanos, debido a sus criaturas que podrían residir en sus profundidades y las embarcaciones que puede guiar hasta sus orillas.
Leyendas de terror	Cuentan eventos escalofriantes, hechos sobrenaturales, fenómenos inexplicables y sucesos trágicos, la distorsión se encuentra en el acontecimiento central, que a menudo es inventado, exagerado o simplemente alterado a lo largo de su transmisión.

Nota: Elaboración propia en base al texto de “Tipo de Leyendas” de la autora Vicente (2024).

La clasificación de las leyendas facilita la evidencia de la riqueza simbólica y pedagógica, cada tipo de leyenda cumple una función específica en el contexto cultural donde se origina, y su permanencia a lo largo del tiempo demuestra su valor como herramienta de transmisión de conocimientos, identidad y memoria colectiva.

3.1.1 Diferenciación entre mito, leyenda y cuento popular

La narrativa oral tradicional distingue entre mito, leyenda y cuento popular, aunque comparten similitudes en su transmisión oral y su función de enseñanza cultural dentro de las comunidades. Sin embargo, presentan características diferenciadoras en cuanto a su contenido, finalidad y contexto. Para Zhiminaycela (2021), “la palabra mito ha ido desapareciendo o nunca existió del lenguaje común y cotidiano de las personas del lugar en especial en el sector rural, para transformarlo, confundirlo y ser conocido con el término de leyenda y cuentos populares” (p. 61). El término mito carece de un significado claro y la gente lo asocia con una leyenda más, sin existir un concepto específico con el cual puedan identificarlo.

El mito se desarrolla en un espacio sagrado que suele ser descrito con detalle por quien lo narre, especialmente cuando quiere resaltar un territorio real que ocupa la comunidad. Colombres (1994) señala que:

Conocer un mito es abordar el secreto de un origen y adquirir de este modo cierto poder o control sobre las cosas a las que se refiere. Sus temas centrales aluden al origen de los dioses (teogonía), del mundo (cosmogonía) y de los hombres (antropogonía), pero también tratan de las hazañas de los héroes culturales y hasta de personajes secundarios. No obstante, son casi siempre etiológicos, desde que buscan explicar por qué algo existe o sucede. (p.20)

El mito selecciona aspectos específicos de la experiencia humana, les otorga un significado profundo y los eleva a un plano simbólico que perdura en el tiempo, en comparación con las leyendas que, aunque cuentan el origen de un objeto, no tienen la misma fuerza.

Por su parte las leyendas se centran en un tiempo histórico o reciente, en un espacio regional o local, se enfoca en lo sobrenatural, aunque también se refiere a la realidad, los personajes suelen ser humanos, brujos, demonios, animales y también suele vincularse con la naturaleza, muchas de sus historias suelen tener similitud con otros pueblos (Lázaro, 2020).

Mientras que el cuento popular se centra en entretener, a diferencia de los mitos y leyendas no se encuentra ligado a las creencias y valores específicos de un pueblo, este se adapta y puede ser reinterpretado por diferentes grupos culturales. Muchos de los cuentos populares tienen raíces antiguas y se han dispersado geográficamente a lo largo de la historia, al contar con una menor dependencia de una cultura específica o de la historia, le permite tener una mayor universalidad, difusión y perdurabilidad en comparación con los mitos y las leyendas (Ubidia, 1993).

3.1.2 Principales leyendas ecuatorianas

Ecuador posee una rica herencia cultural y patrimonial, reflejada en sus relatos populares transmitidos de generación en generación. Estas narraciones vehiculizan valores, enseñanzas morales, temores colectivos y explicaciones sobre el entorno. Las leyendas, en particular, entrelazan seres, lugares y acontecimientos dentro de una estructura narrativa que comúnmente sigue el esquema de profanación y castigo (Ubidia, 1993). A lo largo de sus diversas regiones, desde la costa hasta la sierra andina y la selva amazónica, el país alberga una variedad de leyendas distintivas.

Tabla 9

Leyendas de la Costa, Sierra y Amazonia

Costa	Sierra	Amazonia
<ul style="list-style-type: none"> • El maíz colorado • La llorona • El cerro Cacharri • La dama encantada • La viuda del Tamarindo 	<ul style="list-style-type: none"> • El Padre Almeida • El señor de Sarabia • El candelero de S. Francisco • El ermitaño de Riobamba 	<ul style="list-style-type: none"> • El oso de la puerta del viento • La anaconda de misahualli • La enorme piedra de sal

-
- El niño de la mano negra
 - Víctor Emilio Estrada y el pacto con el diablo
 - Posorja
 - La Dama Tapada
 - La leyenda de Guayas y Quil
- El aparecido de San Juan-Calle
 - La Caja Ronca de San Felipe
- El niño del árbol de cedro
 - La gran piedra del puma
 - La mujer de la selva
 - La mesa del cóndor
 - Los misteriosos de la puerta del viento
 - El deseo de las piedras
 - El puma de Río Verde
 - Leyenda y origen del Río Tena
 - El Pungara Urco la casa del diablo
 - El gallo y la piedra del puma
 - El poderoso rayo
 - Pescadin: Brujo maldito de los bosques
 - La boa y el tigre
 - Como se vistieron los pájaros de colores
 - El espíritu de la selva y el tigre asesino
 - El cerro de Pungali guardia de los diablos
 - La mujer que lloraba en la piedra
 - Las posesiones de Vargas Torres
 - Viracochas del Yusupino
 - El árbol de la abundancia
 - José Tandalia y la canoa del correo
 - El misterio de la bocana del Río Misahualli
 - Las sirenas del Río
 - El chiuta y el sumaco
 - El águila en la piedra
 - La historia del árbol de sangre de drago
-

- El tigre del volcán Sumaco
- El valle del Ushunti
- El mono aullador y el gallinazo

Nota: Elaboración propia en base al texto de Perdomo (2018), Valarezo (2002) y Ubidia (1993).

Estas leyendas, con sus personajes, escenarios y moralejas inherentes, representan un valioso patrimonio intangible de Ecuador, cada región del país posee su propia historia, estableciendo una conexión profunda entre las comunidades y su entorno.

3.1.3 Principales leyendas de Imbabura

Imbabura, ubicado al norte del Ecuador, posee un rico patrimonio cultural respecto a la tradición oral y cultural, a través de la cosmovisión andina de los pueblos que lo habitan, estas narrativas se entrelazan con la naturaleza, lagunas, personas, animales y tradiciones culturales.

Tabla 10

Leyendas de Imbabura

Leyendas	
Amor del taita Imbabura y mama Cotacachi	Se cuenta que el cerro Imbabura, sabio y protector, vigilaba el equilibrio de la naturaleza y las tareas de las personas. Aunque siempre ocupado, guardaba un amor profundo por Cotacachi, una montaña a la que conocía desde joven. Un día, le declaró su amor y le pidió matrimonio con flores silvestres, Cotacachi aceptó con alegría y de su unión nació el cerro Yanaurcu. Con el tiempo, Imbabura envejeció y sus dolores de cabeza cubrieron su cima de nubes, pero su amor por Cotacachi aún se siente en el viento que sopla cada noche entre los valles.
La leyenda del duende de la laguna de Yahuarcocha,	En la Laguna de Yahuarcocha, un duende pequeño y juguetón gasta bromas a pescadores y visitantes con sonidos extraños, él es el protector del agua y los animales, castiga a quienes contaminan o pescan en exceso. A pesar de su travesura, se considera benévolo y protector de su hogar, por lo que los habitantes lo respetan para evitar la mala suerte.

Las piedras del Tahuando

Hace mucho, tres hermanas de belleza singular y gran bondad vivían cerca de Yahuarcocha, su hermosura despertó envidia, las hermanas cada domingo se bañaban en el río Tahuando, ofreciéndole flores y cantos. Un día, tres hombres malvados las espionaron con malas intenciones, los hombres al intentar atraparlas en el río, este las convirtió en piedras para protegerlas. La leyenda dice que las tres piedras aún acompañan al río y, secretamente, vuelven a ser las hermanas que cantan y ríen con el agua.

Leyendas de las brujas blancas de Ibarra

En Ibarra, se hablaba de brujas blancas voladoras que asustaban con gritos nocturnos y convertían en animales a los burlones. Una leyenda contaba de tres hermanas brujas imbabureñas, hermosas y vestidas de blanco, que viajaban velozmente llevando noticias, los jóvenes las molestaban acostándose en forma de cruz, haciéndolas caer, lo que les valía transformaciones temporales en animales, solían realizar rituales nocturnos en el campo, pero el acoso de la gente las obligó a abandonar sus costumbres y vuelos. Ahora, verlas es casi imposible, solo quizás pasando la noche en el campo bajo la luna llena, con la advertencia de no molestarlas para evitar convertirse en animales.

La caja ronca

En Ibarra, dos jóvenes desafiaron la noche y la leyenda de la Caja Ronca para una serenata fallida y en la oscuridad, presenciaron un cortejo fúnebre espectral con un demonio emergente, lo que los hizo desmayar. Al despertar con horribles zumbidos y dolor, descubrieron que sostenían huesos de muerto, los hombres huyeron aterrorizados y, aunque sus padres no notaron su ausencia, su encuentro con lo sobrenatural los transformó en seres nocturnos temerosos, que ahora se encerraban al caer la tarde.

Leyenda de la ventana del Imbabura

Se cuenta que un gigante orgulloso recorrió las lagunas de Imbabura, hallándolas demasiado pequeñas para su gran estatura, visitó Mojanda, Cuicocha y Yaguarcocha, el agua apenas le llegaba a los tobillos, muslos o dedos. Jactándose de su altura, decidió

	exhibirse ante otros gigantes, sin embargo, vio una laguna en el Imbabura y, confiado, se sumergió y para su sorpresa, se hundió en las profundidades, y al intentar sujetarse, perforó la cima del volcán. Desde entonces, se ve la marca de su dedo y en noches frías se oyen sus gritos al ahogarse.
Las voladoras	Existía la creencia de brujas voladoras de túnica blanca que, montadas en escobas, se reunían en Ibarra los martes y viernes para intercambiar información y realizar sus trabajos. Un testigo, movido por la curiosidad, salió de noche y observó una "voladora" con escoba y cabellos al viento, quien, al percatarse de su presencia, huyó.

Nota: Elaboración propia en base al texto del Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador. (s. f.) y Leyendas de Ecuador. (s. f.)

Cada leyenda posee una esencia particular, centrada en el lugar de su origen; sin embargo, algunas suelen presentar similitudes con otros pueblos, a través de estas narrativas previamente mencionadas, se transmiten los valores y las creencias profundas que vinculan la naturaleza (Pacha mama) y el ser humano, las narraciones enriquecen la identidad local de cada pueblo y fortalecen la memoria colectiva.

3.1.4 Leyendas tradicionales del cantón Otavalo y su valor simbólico

Ecuador es un país lleno de sitios místicos y cargados de mitología, que resguardan fascinantes leyendas que enriquecen la sabiduría cultural de su gente. Dentro de la provincia de Imbabura, en la ciudad de Otavalo, los pueblos indígenas cuentan con un repertorio de 21 mitos y leyendas (El Comercio, 2018).

El cantón Otavalo, en la provincia de Imbabura, reconocido principalmente por su artesanía y atractivos turísticos, también alberga un rico patrimonio cultural inmaterial. La música y sus tradiciones orales, como las leyendas, han perdurado a lo largo del tiempo. La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2017) define estos términos como parte esencial de la cultura inmaterial, la cual abarca las herencias ancestrales que revelan las tradiciones y memorias vivas de una comunidad. Estas se transmiten a las generaciones futuras mediante la tradición oral, las artes escénicas, los rituales, las festividades y su práctica, cuyos saberes, técnicas y conocimientos establecen un vínculo con las costumbres y legados culturales.

Tabla 11

Leyendas de Otavalo

Leyendas	
La chificha	La Chificha es una narración que describe a un ser mitológico femenino que reside entre los desechos. Dos niños abandonados se acercan e interactúan con ella, y esta les solicita que le retiren los piojos de su cabeza. Sin embargo, los pequeños no advierten que esta criatura posee una boca de gran tamaño en la parte trasera de su cabeza, la cual utiliza para devorar a los niños.
El pastorcito	Es una historia donde se refleja los malos tratos de las personas dentro de una comunidad, esta narración se une con la creencia de los duendes.
El oro de Atahualpa	La leyenda alude a la conquista española en la región de Otavalo y como un niño realiza la búsqueda del tesoro a través de juegos
El lechero y la laguna	Narra el amor de Nina Pacha y Huatalaquí, dos jóvenes que por su amor imposible se convirtieron en la laguna y el árbol.
La cascada de Peguche	La leyenda narra la existencia de una enorme olla resguardada por dos imponentes canes oscuros. A su lado, el diablo permanece sentado con un plato de arena, el cual intercambia por la paila de oro a quienes desean negociar con él, ofreciéndola a modo de préstamo.
La leyenda de la nuera Tortolita	Narra sobre una madre que anhelaba fervientemente encontrar una mujer hermosa y diligente para sus hijos. El destino le concede su deseo, transformando una pequeña tórtola en una bella mujer.
El espíritu Guardián de la Paila	La leyenda narra que un espíritu guardián, velaba por la seguridad del tesoro. Este espíritu se manifestaba como una luz intensa que orientaba a los buscadores hacia el emplazamiento de la Paila de Oro. No obstante, también se decía que quienes intentaran sustraer el tesoro serían castigados por esta entidad protectora.

Nota: Elaboración propia en base a Kichwa-Otavalo. (s. f.) y en-otavalo.com. (2023).

Estas leyendas cumplen un papel importante en la formación cultural, identidad y espiritual de las comunidades y pueblos, a través de ellas, se comunican valores como el respeto, la moralidad, la armonía con la naturaleza, la obediencia y el amor, incluso en la actualidad, en un contexto

moderno, estas leyendas permanecen vigentes como símbolos del lazo profundo que une al ser humano con su entorno natural y tratan de permanecer con el tiempo.

3.2 Transmisión cultural

La transmisión cultural constituye un elemento fundamental para preservar y construir la identidad de los pueblos. La difusión de historias, tradiciones, creencias, valores y costumbres permite que estos no caigan en el olvido y se mantengan a lo largo del tiempo. Para ello, las familias conforman un elemento importante ante la influencia de la valorización de la cultura, fortalece el sentido de pertenencia y la memoria colectiva.

La familia emplea un rol central ante la transmisión cultural, es el espacio donde se comparten conocimientos, relatos orales, prácticas sociales y fortalece la lengua originaria, quienes imparten la información son los adultos mayores quienes conservan viva las tradiciones e historias autóctonas en su memoria. A esto también se unen las escuelas y las comunidades que ayudan a reforzar estos aprendizajes. Sin embargo, en la actualidad estos espacios presentan desafíos frente al avance de la globalización y la digitalización.

En este contexto, se evidencia un creciente desinterés por parte de los jóvenes en el aprendizaje y la valoración de su propia cultura, con la llegada de la digitalización, tienden a consumir contenido ajeno a su entorno y distante de su cultura. Además, dentro de sus entornos, los adolescentes no siempre encuentran estímulos atractivos que incentiven a la apreciación de su patrimonio cultural. Según Chaparro & Guzmán (2017). Los jóvenes perciben una oferta cultural que consideran insuficiente y desalineada con sus gustos y preferencias, con una orientación excesiva hacia lo patrimonial o hacia eventos masivos que no generan un impacto significativo en su desarrollo personal y social.

La tecnología digital y las redes sociales surgen como herramientas con alto potencial para valorar la cultura, acercarla a los jóvenes y fomentar su participación para la revitalización y la difusión de las historias, leyendas y lengua originaria.

3.2.1 Pérdida de la oralidad como canal de transmisión

La oralidad ha desempeñado históricamente un papel fundamental en la difusión y preservación de las narraciones propias de cada pueblo. A través del relato oral, la transmisión de conocimientos, valores y tradiciones desde las generaciones mayores hacia las más jóvenes ha permitido establecer una conexión respecto al entorno cultural y social, estos procesos son esenciales para mantener viva y fortalecer la identidad cultural.

No obstante, en la actualidad se ha observado una pérdida progresiva de este saber ancestral. En los últimos años, la tradición oral ha experimentado un notable debilitamiento, principalmente debido a la disminución en la transmisión de saberes por parte de los mayores hacia los jóvenes

(Aza, 2025). Factores como la globalización, la modernización y la tecnología, modifican las formas de comunicación, desplazando los espacios tradicionales.

La tradición oral evoluciona con el tiempo, perdiendo elementos o experimentando modificaciones en sus contenidos, estructuras y formas narrativas, un proceso naturalmente impulsado por factores externos que responden a las necesidades sociales de cada grupo. Sin embargo, a pesar de las diversas modificaciones continúan siendo componentes esenciales de las culturas y permite la adaptación de nuevos relatos.

Frente a esto, Civallero (2017) sostiene que la oralidad ha sido una constante omnipresente en la historia de la humanidad, desempeñando un rol central en la transmisión cultural y en la construcción del saber colectivo. En este contexto, revalorizar la tradición oral resulta fundamental para fomentar la transmisión cultural.

3.2.2 Retos para preservar la memoria colectiva en entornos urbanos y digitales

La preservación de la memoria colectiva ha enfrentado diversos desafíos ante la aparición de las tecnologías. La difusión de la tradición oral, en particular, ha experimentado desafíos significativos durante su aplicación en formatos actuales para interactuar con el mundo digital. Debido a esto, en el Ecuador se ha hecho presente una pérdida de identidad cultural entre los adolescentes, asociada al desconocimiento sobre sus raíces ancestrales. Según Rodríguez (2021):

Se observa un paulatino alejamiento de las costumbres autóctonas, especialmente en las nuevas generaciones, a través de la adopción de nuevos patrones culturales, influenciados por la adaptación a los diversos factores del mundo contemporáneo, especialmente en los últimos 40 años, como son la tecnología de la información y la comunicación, siendo este uno de los factores por los que se generan etiquetas sociales, que impulsan a los grupos poblacionales a abandonar sus costumbres. (p.11)

El acelerado cambio que caracteriza al mundo moderno ha contribuido al olvido muchas leyendas que durante años se transmitieron de generación en generación. Estas narraciones tradicionales no solo contienen valores éticos y morales, sino que también brindan enseñanzas importantes para quienes las escuchan.

4.1. Teorías del consumo cultural

Las personas pueden elegir libremente, los productos culturales que consumen, ya sea por gusto, interés o afinidad personal. Sin embargo, para el autor Pierre Bourdieu, la preferencia individual está socialmente condicionada por factores sociales, económicos y educativos. Su teoría sobre el capital cultural explora cómo se reproduce la desigualdad en las sociedades modernas, especialmente en el sistema educativo y las prácticas culturales.

Para Bourdieu (1998), la cultura no es un espacio neutral, sino un campo donde diferentes formas culturales son valoradas de manera desigual. Su análisis revela cómo prácticas culturales como leer, ir al cine o escuchar música no son neutrales, sino que están marcadas por la posición social del individuo. Esta teoría distingue las clases sociales, dividiéndolas en grupos de clase alta que consumen contenido de una cultura considerada moderna y sofisticada, y grupos de clase baja que consumen contenido más accesible o menos elevado, convirtiendo el consumo cultural en una forma de distinción social.

Este enfoque permite comprender que los gustos no son una cuestión personal, sino una construcción social del entorno, influido por la educación, familia y la sociedad, el acceso desigual a bienes culturales limita las oportunidades de apropiación de ciertos grupos sociales.

Mientras que García (1993), define el consumo cultural como “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (p.42). Es decir que el consumo cultural no se limita a la adquisición de bienes, sino que abarca una apropiación por parte de las personas en aspectos simbólicos o culturales que se relacionan con identidades y modos de vida.

En este contexto, el consumo cultural se vincula con procesos de identificación social y cultural, las personas no solo consumen cosas físicas, sino que lo adquieren de acuerdo a sus experiencias, contextos, valores. Surge así un espacio donde hay diversas prácticas sociales, lo que influye directamente en la manera en que los individuos se perciben a sí mismos.

4.1.1 Consumo simbólico y cultura popular

El consumo simbólico se refiere a la adquisición de bienes y servicios por su significado social, cultural y simbólico que estos representan. Mediante este proceso, los objetos trascienden su valor material y se convierten en portadores de significados que permiten a las personas expresar su identidad y sentido de pertenencia a un grupo, diferenciando al individuo de los demás. Esto actúa como un lenguaje social donde las personas se comunican quiénes son y a qué grupo pertenecen,

Especialmente entre los jóvenes, el consumo simbólico es un fenómeno presente, a través del cual la persona busca ser aceptada en la sociedad al adoptar patrones de consumo considerados correctos como lo son la vestimenta, música, el uso de plataformas digitales o preferencias de contenidos culturales, responden a la necesidad de integrarse socialmente. Esto facilita que las personas puedan relacionarse con otras y se identifiquen con grupos sociales específicos, la elección de un producto depende de su significado social o cultural más que de su calidad (Neme, 2013). El consumo simbólico cumple la función de diferenciar y establecer distinciones entre grupo sociales, con respecto a símbolos asociados a la cultura pueden generar exclusión o reforzar un estatus.

Por otra parte, la cultura popular hace referencia a un conjunto de expresiones culturales, prácticas, creencias y valores que son compartidos por la totalidad o por un amplio sector de una sociedad. Estas manifestaciones surgen de la vida cotidiana y se encuentran estrechamente vinculadas a la realidad social, histórica y económica de quienes las producen. Esto se transmite a través de las prácticas orales, tradiciones, expresiones artísticas, en la actualidad se difunde mediante plataformas digitales que amplían su visibilidad.

Desde la perspectiva de Antonio Gramsci, la cultura popular constituye un escenario de lucha entre clases sociales. Según el autor, las clases dominantes buscan imponer su visión del mundo al resto de la sociedad, con el objetivo de que esta sea aceptada como normal (Gramsci, 2011). En este contexto, la cultura popular puede convertirse tanto en un instrumento de dominación como en una herramienta de resistencia y liberación, dependiendo de quién tenga el control sobre los significados culturales.

Es así que el consumo simbólico y la cultura popular se encuentran relacionados, ya que participan en la producción de significados sociales y en la construcción de identidades colectivas. El análisis de estos conceptos es fundamental para comprender a los jóvenes respecto a su identidad ante la globalización.

4.2. Adolescencia y prácticas culturales

Las prácticas culturales en la adolescencia abarcan diversas actividades y consumos, desde la participación en géneros musicales específicos y la adopción de modas particulares hasta la interacción en redes sociales, así como la asistencia a eventos culturales, artísticos y deportivos. Aunque estas elecciones suelen percibirse como decisiones individuales, en realidad se encuentran profundamente influenciadas por los contextos sociales y culturales en los que los adolescentes se desarrollan, dichos contextos condicionan los gustos, las aspiraciones y las formas de expresión, lo que lo convierte en un reflejo del entorno social.

En la adolescencia, las prácticas culturales ofrecen anclajes para la identificación y los jóvenes por lo general adoptan modismos, formas de hablar, estilos estéticos y comportamientos similares a los de aquellos conocen, configurando espejos de reconocimiento que fortalecen el sentido de pertenencia, la influencia de los grupos resulta determinante, ya que actúa como espacios de validación social y emocional.

Los consumos culturales constituyen una intensa superficie de identificación, en la que los jóvenes eligen modelos a seguir. A través de estos consumos, se construye una identidad individual o colectiva que se distinguen en preferencias musicales entre ellos el rock, la cumbia, el cuarteto, el pop, la electrónica y la música latina, no solo funcionan como entretenimiento, sino que se convierten en parte crucial para su identidad (Urresti, 2002).

Estas prácticas culturales se encuentran formadas por medio de los entornos digitales, donde las redes sociales permiten a los adolescentes consumir, producir y compartir contenidos, fortaleciendo la participación activa en la construcción de significados culturales.

4.2.1 Preferencias y tendencias en contenidos narrativos y audiovisuales

Actualmente, la sociedad se encuentra inmersa en el mundo digital, especialmente en las redes sociales y TikTok se ha consolidado como una plataforma universal que ha adquirido una posición significativa en la vida cotidiana de los adolescentes. Gracias a su formato dinámico, esta red social se convierte en un medio clave para la difusión de contenido cultural, social y educativo. Debido a su gran acogida, la mayoría de las personas, tanto jóvenes como adultas, poseen un perfil en esta red social.

Según Caraballo Aquino (2024), la comunicación visual en las redes sociales desempeña un papel importante en la manera en que los adolescentes interactúan entre sí. En un mundo crecientemente visual y digital, el contenido gráfico posee la capacidad de transmitir mensajes de forma rápida y efectiva, capturando la atención de los más jóvenes de manera inmediata. Este tipo de contenido puede ser utilizado para informar, educar, entretener, inspirar y persuadir a este público. El contenido gráfico posee el poder de captar la atención de los jóvenes de manera rápida y efectiva, siendo útil para informar y educar, las plataformas visuales como TikTok son importantes para los adolescentes, dada la naturaleza efímera de las tendencias en línea.

5.1. Perfil sociocultural del adolescente otavaleño

Otavalo, reconocido como un centro indígena y artesanal de gran importancia a nivel nacional e internacional, presenta un contexto único donde las tradiciones ancestrales kichwas coexisten con las influencias de la modernidad y la globalización. La identidad cultural del adolescente se construye a partir de prácticas cotidianas que integran elementos del idioma kichwa, la música andina, la vestimenta tradicional y la participación en festividades comunitarias, que cumplen un papel esencial en la transmisión de valores y costumbres.

En el contexto sociocultural del adolescente otavaleño, Kowii (2015) destaca la importancia del comercio y la producción textil, actividades profundamente arraigadas en la cultura kichwa de Otavalo, las cuales han funcionado como mecanismos históricos de reproducción social y material que persisten en la actualidad. Esta tradición económica influye en las dinámicas familiares y las posibles trayectorias laborales de los adolescentes. Asimismo, la migración y la expansión global de la población otavaleña desde el siglo XX, han contribuido a la identidad ligada a la globalización, influida por el contacto con otras culturas. No obstante, el mantenimiento de códigos culturales andinos persiste y se reproduce tanto en actividades económicas no agrícolas como en celebraciones tradicionales, entre ellas el *Inti Raymi*. Por último, el autor destaca el proceso dialéctico mediante el cual la cultura kichwa logra procesar, adaptar y aceptar elementos contemporáneos sin perder sus referentes culturales.

5.1.1 Identidad cultural, bilingüismo y cosmovisión andina

La identidad cultural en el Ecuador se encuentra marcada por el eje central del mestizaje; sin embargo, los indígenas buscan afirmar su propia identidad ante la opresión. La identidad cultural del indígena surge de la subyugación y se manifiesta como una resistencia ante el mestizaje. Este conflicto étnico tiene sus raíces en la época colonial, donde se produjeron las mezclas étnicas de indígenas, mestizos, afroecuatorianos y mulatos, cuyas relaciones han sido influenciadas por el mestizaje (Bauer, 2014). La identidad cultural se refiere al conjunto de valores, creencias, tradiciones, costumbres e historias que comparte un grupo social, permitiéndole diferenciarse de otros. La pérdida de esta identidad implica la eliminación del valioso legado ancestral, volviéndolo vulnerable a la adopción de nuevas culturas o ideologías ajenas (Guerrero & Guerrero, 2021).

El bilingüismo hace referencia a la capacidad de una persona para comunicarse en dos idiomas. No obstante, la adopción de otra lengua puede contribuir al debilitamiento de lenguas nativas maternas de una sociedad, aunque también es un fenómeno político y social que depende de la convivencia de ambas lenguas en un mismo entorno y la presencia de hablantes de dos lenguas en un mismo territorio genera dinámicas sociales específicas. Esto incluye la necesidad de comunicación intercultural, la formación de identidades bilingües o biculturales, y la negociación de normas sociales en contextos multilingües (Montrul, 2013).

La cosmovisión andina hace referencia a la creencia en valores, prácticas y formas de entender el mundo a través de la naturaleza o *Pachamama*, esto viene de los pueblos originarios de los Andes. Es una visión holística e interconectada de la realidad, donde la naturaleza, los seres humanos y lo sagrado forman un todo dinámico y en constante interacción. Se tiene como base la concepción del *Pacha* y sus tres dimensiones: *Kaypacha* (mundo presente), *Ukupacha* (mundo de abajo) y *Hananpacha* (mundo de arriba) (Achig, 2019).

5.1.2 Sistema educativo y entorno digital

El sistema educativo contemporáneo se encuentra inmerso en una transformación constante, influenciada por los avances tecnológicos, las redes sociales y el surgimiento de nuevas dinámicas socioculturales. El entorno digital modifica de manera significativa la manera en que los jóvenes y docentes acceden a la información y se comunican de forma permanente e inmediata (Reyes, 2024). En este contexto, las plataformas educativas, redes sociales, aplicaciones interactivas y recursos audiovisuales se consideran herramientas que impactan directamente en las prácticas escolares y extracurriculares, ampliando los espacios tradicionales de aprendizaje.

En este sentido, la escuela ya no es el único espacio formador, sino que se comparte esta responsabilidad con el universo digital, el cual influye tanto en la construcción de identidad como en el desarrollo de habilidades cognitivas y sociales. El aprendizaje trasciende del aula y se extiende a entornos virtuales que forman parte de la vida cotidiana de los adolescentes.

Para ello, Sinchiguano (2023) realizó un estudio sobre el uso de TikTok como herramienta educomunicacional, en el que analizó sus fortalezas y debilidades como medio de aprendizaje. Concluyó que, en el entorno escolar, TikTok puede favorecer el aprendizaje de cultura general mediante material didáctico interactivo, visuales y de fácil acceso. Además, recomendó que los docentes integren esta plataforma como recurso pedagógico en asignaturas como cultura, lengua y literatura, arte y creatividad, siempre que se encuentre acompañado de una planificación adecuada.

5.2. Desafíos y oportunidades para la educomunicación local

La educomunicación a nivel local enfrenta una serie de desafíos que se entrelazan con las condiciones socioculturales, económicas y tecnológicas de cada territorio. Uno de los principales retos es la brecha digital, que limita el acceso equitativo a recursos tecnológicos, internet y plataformas digitales, afectando particularmente a comunidades rurales o en situación de pobreza. A ello se suma la falta de formación específica en educomunicación por parte de los docentes, lo que representa una barrera para la implementación efectiva de estrategias pedagógicas que integren de manera crítica los medios, las tecnologías y los procesos comunicativos dentro del aula.

Daza (2010), identifica cinco desafíos fundamentales que orientan el desarrollo de la educomunicación. El primer desafío consiste en articular el acceso a la educación con la convivencia social. El segundo desafío se centra en desarrollar en las nuevas generaciones las inteligencias intrapersonal e interpersonal hacia la responsabilidad ciudadana. El tercer desafío plantea la necesidad de utilizar la comunicación mediática y las TIC's para afianzar las competencias ciudadanas. El cuarto desafío propone conciliar los derechos humanos fundamentales de la educación y la comunicación con los deberes y derechos ciudadanos. Finalmente, el quinto desafío apunta a convertir las políticas públicas en un foro permanente de participación, control y legitimación ciudadana, donde la comunidad tome roles de participación y tome decisiones.

La educomunicación, al articular medios, tecnologías y educación, puede convertirse en un medio para fortalecer la identidad cultural y fomentar la participación estudiantil. El uso crítico y creativo de plataformas digitales como TikTok, YouTube o redes sociales permite a los jóvenes generar contenido propio, expresar sus realidades, narrar sus experiencias culturales y promover el diálogo intercultural desde una mirada situada en su entorno.

En este sentido, Fernández (2022) destaca las oportunidades de la educomunicación local al demostrar cómo el uso estratégico de plataformas digitales como TikTok puede fomentar el interés de los estudiantes por temas culturales y fortalecer la enseñanza de la diversidad cultural desde un enfoque cercano a su realidad cotidiana. De esta manera, se consolida no solo como una estrategia pedagógica innovadora, sino también como un medio para activar a los jóvenes ante la construcción de conocimiento y la preservación de su identidad cultural.

5.2.1 Integración de herramientas digitales en la educación intercultural

Las herramientas digitales representan una oportunidad significativa para la transmisión, preservación y continuidad de la cultura en el tiempo, especialmente en un entorno globalizado, donde las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) forman parte del día a día de los jóvenes. En este contexto, estas herramientas pueden convertirse en puentes entre las culturas locales con los medios contemporáneos de aprendizaje.

Al respecto, Dominguez & Dominguez (2023) señalan que:

Estas herramientas facilitan el acceso al conocimiento a través de modalidades de aprendizaje virtual, presencial y semipresencial, combinando procesos asincrónicos y sincrónicos. Su integración en el proceso educativo fomenta la creatividad la innovación y el desarrollo del pensamiento crítico en los docentes, a la vez que despierta el interés y la curiosidad de los estudiantes por las actividades de aprendizaje. (p. 2369)

La TIC no solo transforman las dinámicas pedagógicas, sino que las amplían a las posibilidades de interacción, participación y la construcción del conocimiento. Así también la incorporación de contenidos digitales que reflejen la cosmovisión, las tradiciones, lengua y arte de las comunidades contribuye a una educación más inclusiva. Esto permite que los estudiantes de distintas culturas se reconozcan con los contenidos que consumen y producen, fortaleciendo su identidad cultural.

5.2.2 Estrategias para resignificar lo tradicional a través de lo digital

Una de las estrategias más efectivas para resignificar las expresiones tradicionales en el entorno digital es la creación de contenido audiovisual, como videos, podcasts, infografías, reels y otros formatos multimedia, centrados en manifestaciones culturales propias. Entre estas se incluyen la música, las danzas, los relatos orales, vestimenta y la gastronomía, elementos que forman pilares fundamentales de la identidad de los pueblos. Plataformas como TikTok, YouTube e Instagram se convierten en espacios donde los jóvenes pueden recrear y compartir estas expresiones en formatos accesibles y atractivos. De este modo, los usuarios dejan de ser consumidores pasivos a convertirse en productores activos, lo que contribuye a su visibilización, circulación y continuidad del patrimonio cultural en el entorno digital (Sinchiguano, 2023).

Complementariamente, la integración de saberes tradicionales en los entornos educativos mediante el uso de herramientas digitales permite reforzar el proceso de resignificación cultural. Esta integración incluye la elaboración de materiales pedagógicos interactivos en lengua originaria, la creación de mapas culturales digitales o la digitalización de entrevistas a sabios y sabias comunitarios, lo cual favorece un aprendizaje significativo desde una perspectiva intercultural (Fernández, 2022).

Asimismo, el uso de herramientas digitales permite que los jóvenes se apropien de su herencia cultural y la compartan en formatos accesibles y atractivos, fortaleciendo su identidad individual y colectiva. La resignificación de lo tradicional a través de lo digital implica encontrar nuevas formas de involucrar a las audiencias, especialmente a los jóvenes, con la cultura ancestral.

En este sentido, las redes sociales amplían las posibilidades de participación ciudadana, permitiendo ejercer su derecho a la participación de maneras sin precedentes. Esto sugiere el potencial de las plataformas digitales para facilitar una participación más activa y creativa en la apropiación y resignificación de la cultura tradicional por parte de las nuevas generaciones (Olaya, 2020).

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1 Investigación Mixta

Con el fin de cumplir los objetivos planteados en este estudio, se utilizó la investigación mixta, ya que el uso de TikTok y su influencia en la percepción cultural de los adolescentes es un fenómeno que debe ser entendida desde el enfoque cuantitativo y cualitativo, especialmente cuando se trata de identidad cultural. La combinación de ambos enfoques permitió comprender el fenómeno de manera integral, superando las limitaciones de un solo método, la investigación ganó profundidad, proporcionando una visión más completa de cómo TikTok influye en el consumo de leyendas ecuatorianas en los adolescentes.

Los datos cualitativos proporcionaron información detallada sobre las experiencias, significados y percepciones de los adolescentes respecto al consumo de leyendas ecuatorianas en TikTok y su aplicación como herramienta educacional, mientras que los datos cuantitativos facilitaron la identificación de patrones, tendencias y elementos audiovisuales presentes en los videos en una muestra más amplia. De esta manera ambos enfoques se complementaron y permitieron explicar tanto las tendencias generales de uso de la plataforma como las interpretaciones subjetivas de los estudiantes. La elección de emplear este método responde a la complejidad del objeto de estudio, el cual combina dimensiones objetivas y subjetivas que solo pueden comprenderse mediante un enfoque mixto (Sampieri et al., 2014).

2.1.1 Investigación Cuantitativa

Este enfoque permitió trabajar con datos de la plataforma de TikTok, lo que facilitó la identificación de los elementos narrativos y visuales más efectivos para comunicar las leyendas. A través del análisis de datos medibles fue posible reconocer tendencias generales y establecer relaciones entre variables.

En este contexto, la metodología cuantitativa se sustenta del científicismo y el racionalismo, los cuales priorizan la objetividad y la neutralidad, asume que la realidad es explicable a través de datos numéricos. Según Del Canto y Silva (2013), este enfoque se basa en hechos observables y

verificables, dejando la subjetividad del individuo. Asimismo, la investigación cuantitativa se caracteriza por su relación con las ciencias exactas y por emplear el razonamiento hipotético y deductivo, orientado a explicar, controlar y predecir fenómenos a partir de relaciones de causa y efecto, por medio de procesos medibles.

2.1.2 Investigación Cualitativa

En el marco de esta investigación de enfoque mixto, el enfoque cualitativo permitió obtener información detallada y profunda sobre las experiencias, percepciones y significados que los adolescentes y expertos atribuyen al uso de TikTok como herramienta educacional y la relación con el consumo de leyendas ecuatorianas. A diferencia de otros enfoques descriptivos o experimentales, este no buscaba establecer relaciones de causa y efecto, sino comprender como se desarrolla este fenómeno, como es percibido por los participantes.

El análisis cualitativo ayudo a interpretar las valoraciones y prácticas de los adolescentes en la plataforma, así como su relación con la identidad cultural. Para ello, se emplearon técnicas como el grupo focal y la entrevista, con el objetivo de identificar si los adolescentes y expertos reconocen a la red social de TikTok como una herramienta educacional para el consumo de leyendas ecuatorianas y si asocian estas narraciones tradicionales como parte de su identidad cultural.

Según Guerrero (2016), la investigación cualitativa es un método utilizado principalmente en las ciencias sociales, basado en principios teóricos como la fenomenología, que busca un conocimiento profundo de los fenómenos tal como se manifiestan en la experiencia y la conciencia de los sujetos. Por lo cual, fue necesario emplear el enfoque cualitativo para la recopilación de información en adolescentes de Otavalo, mediante un proceso de investigación de carácter inductivo, orientado a interpretar significado, percepciones y experiencias relacionadas al uso de TikTok y el consumo de leyendas.

En este sentido, el alcance del componente cualitativo de la investigación es descriptivo e interpretativo, ya que busca comprender cómo los adolescentes perciben el uso de TikTok como herramienta educacional y como relacionan el contenido cultural con su identidad. Si bien la investigación es de enfoque mixto, los análisis relacionales de variables, como el uso de recursos narrativos y visuales, el interés por el contenido cultural y la efectividad de TikTok como estrategia educacional, corresponden a componente cuantitativo

2.2 Técnicas e instrumentos de investigación

En la investigación se utilizaron técnicas e instrumentos orientados al tipo de metodología mixta, con el uso de la matriz de análisis de contenido, entrevistas semiestructuradas y grupos focales, con el fin de obtener un enfoque más claro sobre la extensión del consumo de las leyendas a través de TikTok y la efectividad como herramienta educacional, y cómo los adolescentes asociaban este contenido con su cultura e identidad.

El análisis de contenido permite evaluar a TikTok como estrategia educomunicacional, al evaluar los elementos narrativos y visuales más utilizados y su posible impacto en la audiencia adolescente. También la percepción que tenían sobre las leyendas ecuatorianas y su comprensión del contexto histórico y cultural.

El análisis de contenido se define como un método de investigación orientado a la descripción de variables. Este procedimiento permite identificar, medir y descubrir información que no es evidente a simple vista, así como reconocer tendencias y patrones presentes, entre sus principales características se encuentra la objetividad, la sistematicidad, la posibilidad de cuantificación y su aplicabilidad general (Fernández, 2002).

La entrevista semiestructurada se realizó a expertos vinculados al tema, para obtener mayor información. Para Tejero (2021), la entrevista semiestructurada es aquella que “recolecta datos de los entrevistados a través de un conjunto de preguntas abiertas. Para saturar los datos, es decir, para recolectar información suficiente para entender el área de interés, este tipo de entrevista requería una muestra relativamente grande de participantes” (p.68). Este enfoque fue útil para abordar los objetivos de la investigación, ya que permitió comprender desde el punto de vista profesional la incidencia de las leyendas en plataformas digitales y en los adolescentes y TikTok como herramienta educomunicacional.

El grupo se realizó con adolescentes de bachillerato de la Unidad Educativa Cristiana “Escuela del Futuro”, ubicada en el cantón Otavalo, con el fin de cumplir los objetivos planteados en la investigación. Según Hamui-Sutton y Varela-Ruiz (2012), los grupos focales son una técnica que se enfoca en capturar la forma de pensar, sentir y vivir de un grupo. Esta técnica se desarrolla dentro de un programa de investigación con una temática definida, objetivos claros y una guía de entrevista previamente estructurada. La planificación incluye la selección de participantes, la programación de sesiones y la elección de un lugar adecuado, de fácil acceso y sin amenazas. Es importante contar con equipos de grabación que permite registrar las interacciones, reducir distracciones y facilitar la concentración del grupo. En el contexto de la investigación, la organización de grupos de discusión con adolescentes permitió explorar sus opiniones y experiencias en relación con las leyendas en plataformas como TikTok y su incidencia en la identidad cultural.

2.3 Preguntas de investigación y/o hipótesis

En la investigación constan las siguientes hipótesis:

H1 TikTok es una herramienta educomunicacional para promover el consumo de las leyendas en los adolescentes del cantón Otavalo.

H2 Los adolescentes del cantón Otavalo asocian las leyendas como parte de su identidad cultural.

H3 Los elementos narrativos y visuales son más efectivos para comunicar las leyendas en TikTok.

2.4 Matriz de operacionalización de variables o matriz diagnóstica

Tabla 12

Matriz de operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Subdimensión	Técnicas	Indicadores
TikTok como estrategia educomunicacional	Contenido	Componente Comunicativo	Entrevistas	Tono (Informativo y persuasivo)
		Componente educativo		Análisis o teórico
		Interactividad Y Participación Activa		Reacciones
		Accesibilidad		Acceso a Internet
		Adaptabilidad al Contexto Sociocultural		Conocimiento de normas socioculturales
		Elementos narrativos	Análisis de contenido	Música Efectos Imágenes Diálogo
	Percepción	Perciben TikTok como estrategia educomunicacional	Entrevistas	Comprenden TikTok como herramienta de enseñanza y aprendizaje
Consumo de leyendas ecuatorianas	Significado Cultural	Comprensión del contexto histórico y cultural de las leyendas.	Grupo Focal	Comprensión de la geografía o el lugar geográfico que se

			describe en la leyenda.
	Conexión de las leyendas con valores y tradiciones ecuatorianas.	Análisis de datos	Identificación de valores morales o éticos transmitidos por la leyenda (ej. honestidad, valentía, respeto a los ancestros).
Percepción	Positiva		Percepción de la relevancia de las leyendas para su vida cotidiana.
	Negativa	Grupo Focal	
	Neutra		
	Interés		Deseo de aprender más sobre las leyendas ecuatorianas


Nota: Elaboración propia

2.5 Participantes

Para la presente investigación fue necesario emplear el análisis de contenido de tres perfiles de creadores de contenido de la red social TikTok, los cuales difunden material audiovisual acerca de las leyendas del Ecuador.

Tabla 13

Perfil de las cuentas seleccionadas

Perfiles	Descripción	Enlace
<p>@feguerrero_ec</p> 	<p>Creadora de contenido que se dedica a crear videos sobre leyendas del Ecuador, con una mezcla de videos turísticos y vivencias en cada rincón del país. Cuenta con 232,5 mil seguidores.</p>	<p>https://www.tiktok.com/@feguerrero_ec? t=ZM-8wpWX1pwb81& r=1</p>
<p>@yarinamontalvo</p>	<p>Creadora de contenido de Otavalo, relata las leyendas conocidas de la</p>	<p>https://www.tiktok.com/@yarinamontalvo? t=ZM-8wpZFHXr2Un& r=1</p>



ciudad. Cuenta con 2408 seguidores.

@enigma.oculto3



Creador de contenido que explica las leyendas del Ecuador a través de narraciones. Cuenta con 20.9 mil seguidores.

<https://www.tiktok.com/@enigma.oculto3? t=ZM-8wpYMgQUzjx& r=1>

Nota: Elaboración propia

2.5.1 Perfil de los entrevistados

En el estudio se analizó a expertos e historiadores con conocimientos en las leyendas del Ecuador. Lo que se buscó es saber cuánto influye TikTok al promover el conocimiento de leyendas y su estrategia educacional.

Tabla 14

Perfiles de los participantes seleccionados

Rol	Perfil	Descripción
-----	--------	-------------

<p>Expertos: Se realizó entrevistas a expertos que conocen del tema cultural e historia, que tengan conocimientos sobre temas digitales y educomunicación.</p>	<p>Alexander Antamba: Creador de contenido visual y multimedia, combina contenido cultural para su difusión, gestiona redes sociales y domina herramientas digitales</p>	<p>Comunicación digital</p>
	<p>MSc. Carolina Guzmán: Docente y Coordinadora del área de Comunicación en la Universidad Técnica del Norte, experta en temas de educomunicación y su influencia.</p>	<p>Educomunicación</p>
	<p>Juan Carlos Morales Mejía: Es escritor, historiador y poeta. Tiene un vasto conocimiento en lo que respecta a historias del Ecuador.</p>	<p>Cultura e Historia</p>

Nota: Elaboración propia

2.5.2 Grupo focal

Tabla 15

Perfil del grupo focal

Rol	Perfil
Adolescentes	Adolescentes entre 15 y 17 años residentes del cantón Otavalo que emplean la plataforma de TikTok. Esta población se caracterizó por ser un grupo activo en redes sociales y, por tanto, estaba más expuesta a consumir contenido digital, como las leyendas ecuatorianas.

Nota: Elaboración propia

2.5.3 Población y muestra

Entrevistas a expertos en el área de comunicación digital como lo es Alexander Antamba, en educomunicación a la docente de la Universidad Técnica del Norte Carolina Guzmán, en cultura e historia a Juan Carlos Morales Mejía.

La Unidad Educativa Cristiana “Escuela del Futuro” está ubicado en la ciudad de Otavalo en la provincia de Imbabura y pertenece a la parroquia el Jordán, cuenta con un nivel educativo de EGB y Bachillerato. Su sostenimiento es particular y maneja la modalidad matutina de manera presencial en la Zona 1, para el grupo focal de la investigación fue necesario el grupo focal a ocho estudiantes adolescentes de bachillerato de dicha Institución de 15 y 17 años.

Para el análisis de contenido, se analiza a los creadores de contenido de la plataforma de TikTok, quienes crean videos acerca de leyendas ecuatorianas, @feguerrero_ec, @yarinamontalvo y @enigma.oculto3

2.6 Procedimiento y plan de análisis de datos

El análisis de datos de la presente investigación se desarrolla mediante un enfoque mixto, que combina técnicas cualitativas y cuantitativas para lograr una comprensión integral del fenómeno estudiado. Se emplearon datos cualitativos provenientes de la transcripción de entrevistas y grupos focales, los cuales profundizan en las percepciones, experiencias y discursos de los adolescentes. Por otro lado, se emplearon datos cuantitativos obtenidos a partir del análisis de contenido de videos de TikTok, los cuales fueron organizados mediante tablas como herramientas centrales para presentar los resultados estadísticos, esto permite visualizar de manera sencilla la distribución de los resultados, permite reconocer patrones y preferencias.

Para la recopilación de datos sobre el análisis de contenido, se empleó cuadros de Excel donde se seleccionaron videos relacionados con leyendas ecuatorianas difundidos en TikTok mediante un muestreo intencional, para registrar elementos narrativos, visuales, sonidos, tipología de las leyendas y si contienen valores culturales y morales. La información obtenida de las entrevistas y los grupos focales fueron transcritas y posteriormente codificadas por medio de un análisis, lo que permitió codificar y agrupar los datos.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

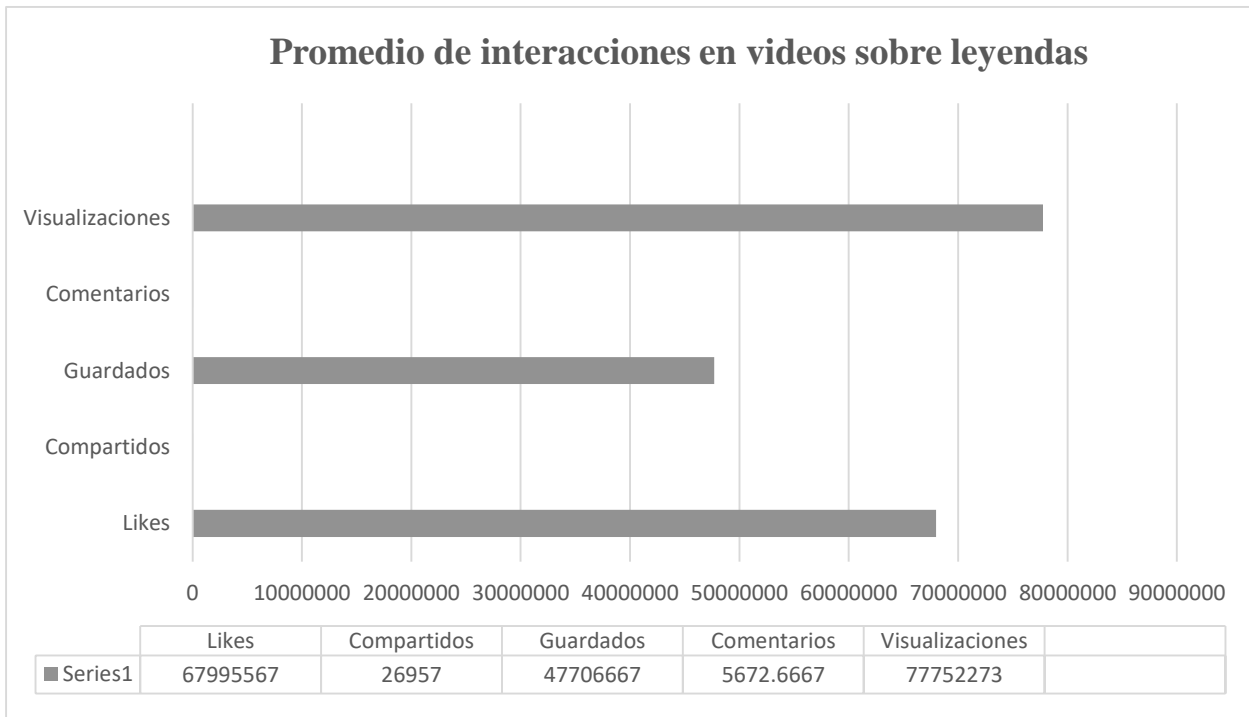
3.1 Presentación de resultados cuantitativos

3.1.1 Análisis de datos generales de videos de leyendas ecuatorianas de los creadores de contenidos seleccionados

El análisis llevado a cabo a los creadores de contenido de leyendas ecuatorianas permitió identificar un total de 341 videos publicados en TikTok. La mayoría de estos contenidos correspondió a la cuenta @feguerrero_ec, quien se dedica a la difusión del patrimonio cultural inmaterial y de tradiciones del Ecuador, mostrando lugares turísticos del país, mediante el uso de relatos orales que revalorizan el legado cultural transmitido de generación en generación. En segundo lugar, se analizó la cuenta @enigma.oculto3, seleccionado por el uso de elementos visuales relevantes y por centrarse exclusivamente en leyendas ecuatorianas, pese a contar con solo 7 publicaciones. Finalmente, la cuenta @yarinamontalvo, creadora kichwa otavaleña, quien posee únicamente 4 videos, fue incluida por su enfoque en leyendas locales de Otavalo, lo que resultó clave para examinar la relación entre este tipo de contenidos y el fortalecimiento de la identidad cultural de los adolescentes del cantón. Para ello, fue necesario realizar el análisis del promedio de interacciones en los videos para identificar patrones generales del publico frente a este tipo de contenido cultural.

Figura 4

Interacciones en las publicaciones



Nota: Elaboración propia

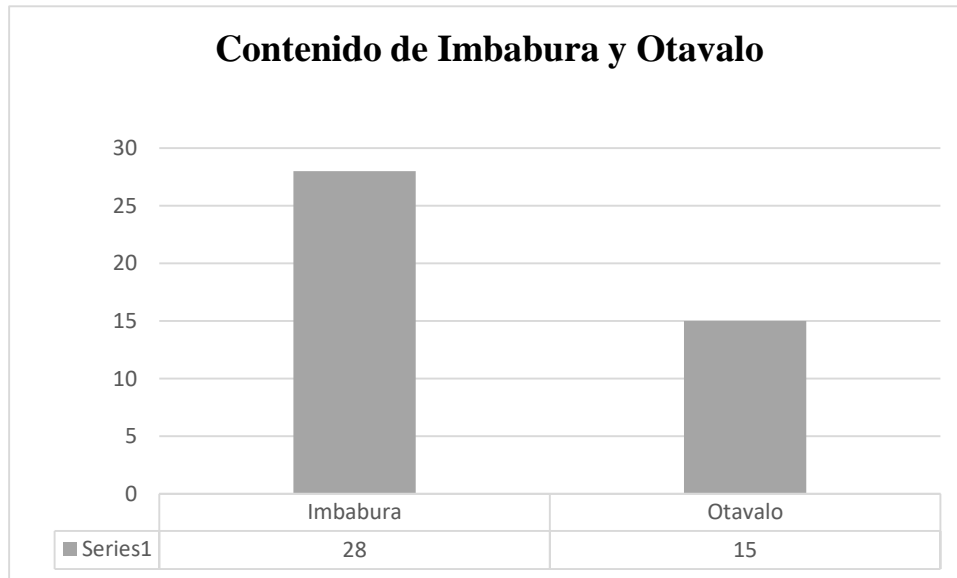
Los resultados evidencian que las visualizaciones y los *likes* son valores con promedios más elevados, lo que demuestra un alto nivel de alcance y aceptación del contenido cultural, sin embargo, las interacciones como comentarios, compartidos y guardados, registran un menor grado de involucramiento. Si bien las leyendas ecuatorianas logran atrapar la atención de los usuarios en la plataforma, la participación activa en los videos es limitada.

En el promedio de videos guardados con 47 millones y compartidos con 26. 957, visibilizan el interés de los usuarios por volver a ver contenido y difundirlo, especialmente aquellos relacionados con leyendas ecuatorianas y finalmente aunque en menor proporción se encuentra los comentarios con un promedio de 56 millones, valor que refleja la existencia de un diálogo activo y una posible identificación cultural de los espectadores con las narraciones presentadas, dado que este análisis incluyó leyendas provenientes de las cuatro regiones del país: Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos, lo cual aporta una perspectiva diversa y representativa del patrimonio oral ecuatoriano.

La presencia de interacciones confirma que TikTok funciona como un canal efectivo ante la difusión cultural, aporta evidencia cuantitativa sobre su potencial como una herramienta educacional que promueve el conocimiento sobre leyendas, aunque se plantea el desafío de fortalecer estrategias que promuevan una interacción más profunda.

Figura 5

Leyendas de la provincia de Imbabura y Otavalo



Nota: Elaboración propia

A pesar de que las leyendas de la provincia de Imbabura constituyen un valioso patrimonio cultural inmaterial, representativo de la identidad indígena de la región, donde se destaca el cantón Otavalo como uno de los territorios que conserva con mayor fuerza las raíces de la cultura nacional y donde aún se preservan leyendas ancestrales (Corrales, 2016). Durante el análisis se identificaron únicamente 28 videos relacionados con la provincia de Imbabura, de los cuales solo 15 correspondían específicamente al cantón Otavalo. La mayoría de estos contenidos explicaban el origen de fenómenos naturales, así como de montañas, lagos y ríos, por lo que se clasifican dentro del tipo de leyendas etiológicas.

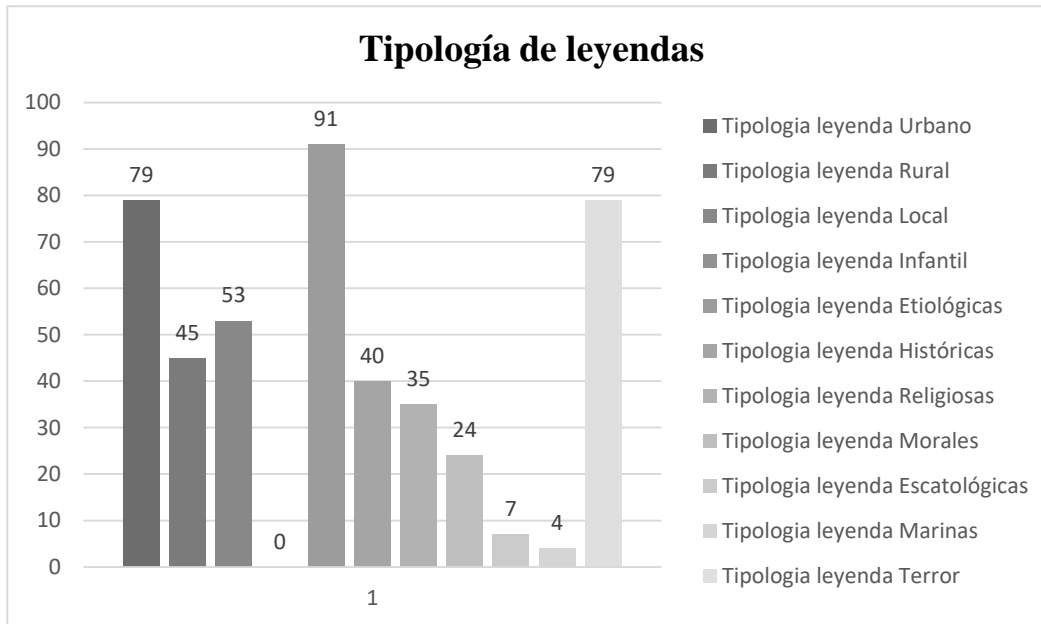
La mayor parte de los datos analizados corresponden a la creadora de contenido @feguerrero_ec, quien publicó un total de 24 videos relacionados con la provincia de Imbabura, de los cuales 11 están específicamente vinculados al cantón Otavalo. En estos materiales, la autora aborda creencias locales sobre los vínculos amorosos entre los volcanes de la región, así como explicaciones de diversos fenómenos naturales, atribuidos a las emociones como la furia de estas entidades geográficas. Las leyendas que se relacionan con la *Pachamama* representan un componente esencial de la cosmovisión indígena otavaleña, al reforzar la conexión espiritual con la naturaleza, la reciprocidad con la tierra y, especialmente, el respeto por el entorno como base para el bienestar colectivo de la comunidad. De igual manera, se narran en los videos diversas creencias sobre la existencia de seres sobrenaturales en los alrededores de la laguna de San Pablo, algunos de los cuales se caracteriza sucesos paranormales, lo que explicaría la desaparición de personas en la zona, también se menciona la presencia de entidades como la Chificha, asociada a una maldición que, según la tradición oral, justificaría la presencia de pulgas en la región. Cada uno de estos relatos refleja creencias profundamente arraigadas que ejercen una notable influencia en la construcción de la identidad cultural local.

Por su parte, aunque la creadora @yarinamontalvo cuenta con una menor cantidad de videos relacionados con leyendas, su pertenencia a la cultura otavaleña le permite ofrecer una perspectiva más profunda, basada en conocimientos transmitidos de generación en generación sobre su entorno cultural. Su contenido incluye 4 videos que hacen referencia tanto a la provincia de Imbabura como al cantón Otavalo, en uno de ellos, explica el origen de una máscara esencial en las festividades del Inti Raymi, el Aya Huma, figura representada como un ser sobrenatural que otorga fuerza y resistencia durante la danza, para las comunidades indígenas, este personaje posee un profundo significado, ya que simboliza la conexión con la Pachamama y su relevancia al momento de agradecer por las cosechas.

Por otro lado, se evidencia que la mayoría de los videos sobre tradiciones orales de Otavalo son realizados por personas que no pertenecen a esta comunidad. A pesar de ello, su labor ha contribuido significativamente a la preservación y difusión de estas manifestaciones culturales, ya que, gracias a su presencia en plataformas digitales, como TikTok, ha sido posible mantener vivas diversas leyendas que, de otro modo, podrían haberse perdido con el tiempo.

Figura 6

Tipologías en las que se dividen las leyendas



Nota: Elaboración propia

La gráfica expone las diferentes tipologías en las que se clasifican las leyendas, según lo establecido en la metodología de la investigación. De estas, la categoría que predomina es la de las leyendas etiológicas con un total de 91 videos publicados, ya que la mayoría de los relatos explican el origen de elementos naturales como montañas, ríos y lagunas a través de sucesos fantásticos, los cuales están estrechamente vinculados con las creencias culturales de algunas regiones. No obstante, se identificaron leyendas que integran más de una tipología en una sola narrativa, un ejemplo de ello es la leyenda sobre el nacimiento de la selva ecuatoriana, la cual puede ser clasificada tanto como una leyenda rural por su ubicación en un entorno selvático como una leyenda etiológica, debido a que explica el origen de la creación de la selva ecuatoriana a través de elementos míticos y simbólicos.

Las leyendas de tipo etiológico y rural, que ocupan el cuarto lugar en la figura 6, con un total de 45 videos publicados, también se originan principalmente en la región Sierra del Ecuador. En esta zona, la creencia en la *Pachamama* constituye un pilar fundamental dentro de la cosmovisión de las comunidades indígenas, para estas comunidades es una deidad sagrada a la que se rinde veneración y se le expresa gratitud por las cosechas, los animales y, en general, por la propia existencia. Esta relación evidencia un profundo vínculo espiritual y de reciprocidad con la naturaleza, el cual se manifiesta constantemente en las leyendas transmitidas oralmente de generación en generación.

Por su parte, las leyendas urbanas y de terror ocupan el segundo y tercer lugar en la figura 6, con un total de 79 publicaciones analizadas. Estas leyendas provienen en su mayoría de la región Costa del Ecuador y, al igual que otras tipologías, suelen contener una enseñanza moral implícita, especialmente dirigida a quienes transitan por lugares solitarios en altas horas de la noche. En estos relatos, se describen avistamientos de seres que no pertenecen al mundo terrenal, a los cuales se les atribuye un nombre asociado al sitio específico donde supuestamente fueron vistos, con el cual también se vincula las leyendas locales que representan el quinto lugar con un total de 53 videos publicados, reforzando así la carga simbólica y cultural del espacio.

En sexto lugar se encuentran las leyendas de tipo histórico, con un total de 40 videos publicados. Durante el análisis, se identificó que este tipo de leyendas incluye relatos sobre enfrentamientos entre los incas y los conquistadores españoles, destacándose personajes emblemáticos como Atahualpa y Rumiñahui, quienes son considerados símbolos de resistencia dentro de los territorios indígenas. Asimismo, se observaron videos que narran batallas especialmente sangrientas, como aquellas asociadas a la laguna de Yahuarcocha cuyo nombre en kichwa significa “lago de sangre”, denominación que se atribuye a los hechos violentos ocurridos en ese lugar.

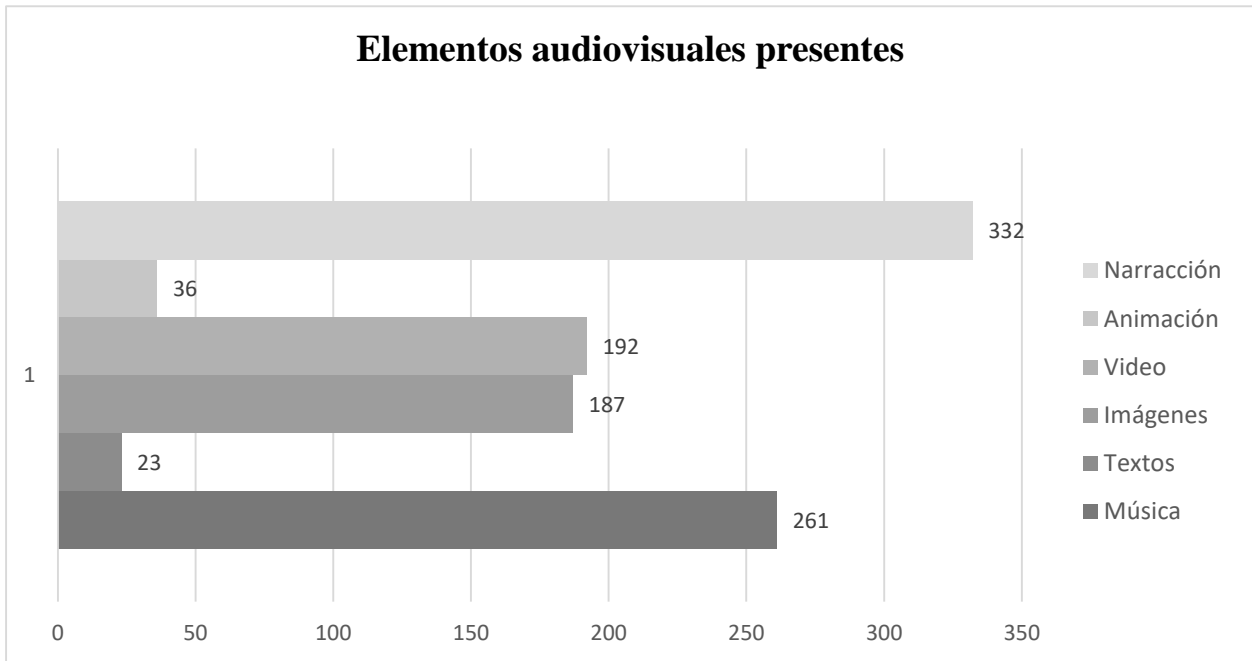
Durante el análisis, las leyendas religiosas del Ecuador registran un total de 35 videos publicados por los creadores de contenido y mayormente corresponden a @feguerrero_ec, concentrándose en su mayoría en la ciudad de Quito, la capital del país, estas narraciones son principalmente en la época colonial, periodo en el cual comenzaron a elaborarse imágenes y estatuas de santos para la iglesia, representaciones vinculadas directamente con las creencias religiosas predominantes entre los ecuatorianos. Asimismo, muchas de estas leyendas relatan supuestos milagros realizados por los santos, así como la vida de mártires que, debido a su fervor y devoción, fueron posteriormente denominados como santos.

En menor proporción se encuentran las leyendas de tipo moral, las cuales suman un total de 24 videos publicados, estas leyendas transmiten enseñanzas dirigidas tanto a niños como a adultos, con el objetivo de reforzar valores y normas de conducta. A su vez, algunas de estas narraciones se vinculan con leyendas escatológicas, que representan un total de 7 videos, en estas últimas, explican que en caso de no haber un cambio de comportamiento en vida, las personas serían castigadas en el más allá, haciendo referencia a la existencia de un inframundo como lugar de castigo espiritual.

Finalmente, durante el análisis se observó que predominan las leyendas relacionadas con montañas, ríos y lagunas, en contraste con aquellas de origen marino, las cuales son considerablemente menos frecuentes, en esta última categoría existen únicamente 4 videos, los cuales narran la existencia de criaturas extrañas que habitan en las profundidades del mar. Por otro lado, no se encontró ningún video que abordara leyendas de tipo infantil, no obstante, hay algunas de sus características que se entrelazan con las leyendas morales, al compartir el propósito de transmitir enseñanzas o lecciones dirigidas a los niños.

Figura 7

Uso de elementos audiovisuales



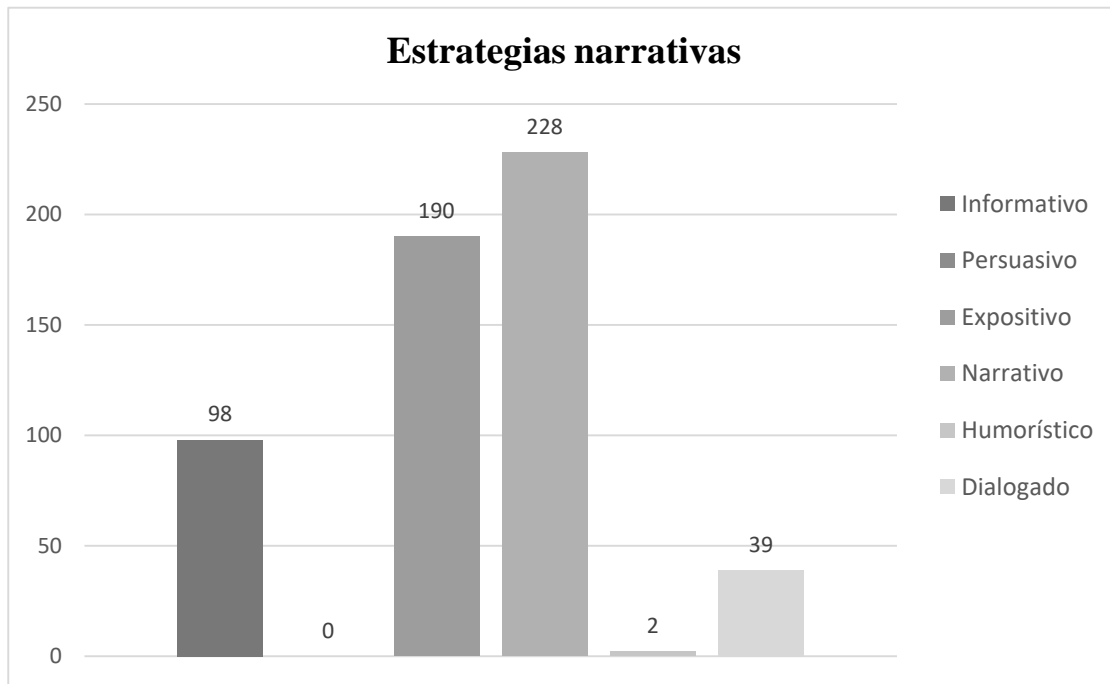
Nota: Elaboración propia

La grafica evidencia los elementos audiovisuales que predominan en los videos analizados sobre leyendas. Se observa que la narración es el recurso más utilizado, se encontró presente en 332 de los 341 videos analizados, lo que indica una preferencia por relatar los hechos de manera cronológica, describiendo los acontecimientos, los lugares y los personajes involucrados en las historias. Esto resalta la importancia del relato oral como una estrategia central para la transmisión de contenidos culturales en formatos digitales. Ninguno de los elementos se presenta de forma aislada, sino que se combinan para potenciar el impacto narrativo del contenido, en este sentido, la música aparece como un recurso complementario relevante, con 261 casos, utilizada para ambientar escenas o reforzar la carga emocional de las leyendas.

Del mismo modo, el uso de videos que muestran los espacios físicos donde se desarrollan las historias estuvo presente en 192 publicaciones, recurso que se evidenció con mayor fuerza en el contenido de la creadora @feguerrero_ec, donde incluyó grabaciones propias de los lugares donde mencionados en las leyendas. También hubo un uso frecuente de imágenes, que estuvieron presentes en 187 videos, usadas para reforzar visualmente las narrativas. En menor medida, existe el uso de animaciones en 36 videos, empleadas para representar gráficamente los acontecimientos cuando no existía material visual directo. Finalmente, de los 341 videos analizados, solo 23 incluyeron texto como un recurso adicional durante la publicación del contenido.

Figura 8

Estrategias narrativas empleadas



Nota: Elaboración propia

Durante el análisis de contenido de los 341 videos seleccionados, 228 empleaban una estrategia narrativa acompañado de elementos expositivos con un total de 190, esta combinación permitió enriquecer las historias al brindar contexto y transmitiendo información de los hechos al usuario. Seguido de las estrategias mencionadas se encuentra el estilo informativo con un valor de 98 publicaciones, en las cuales, durante la narración, se proporcionaban datos específicos, estos elementos aportaron mayor realismo a las leyendas favoreciendo a su credibilidad ante los espectadores.

Asimismo, en 39 videos existe el uso de una narrativa dialogada, estos videos eran dramatizados por personajes y hablaban dando vida a los hechos, en dos de estos videos incorporaron elementos humorísticos, aportando un tono más lúdico a las leyendas sin alterar su contenido cultural. Finalmente, no se encontraron videos con narrativas persuasivas en los videos analizados.

Figura 9

Videos de leyendas ecuatorianas en TikTok con contenido cultural y moral



Nota: Elaboración propia

De los 341 videos analizados de los tres creadores de contenidos seleccionados, alrededor de 174 videos no contenían valores culturales y morales, sin embargo, formaban parte esencial en la región en la que ocurrían las leyendas ya que retrataban acontecimientos locales, personajes o lugares que forman parte del imaginario colectivo y de la tradición oral de cada territorio.

Por otro lado, 167 videos si contaban con contenido cultural y moral, es decir que se vinculaba directamente con creencias, explicaciones míticas sobre el origen de elementos naturales o sociales y la transmisión de valores tradicionales. Estos relatos no solo refuerzan la identidad cultural de las comunidades ecuatorianas, sino que también ofrecen enseñanzas universales, que pueden ser comprendidas y valoradas por audiencias tanto locales como extranjeras.

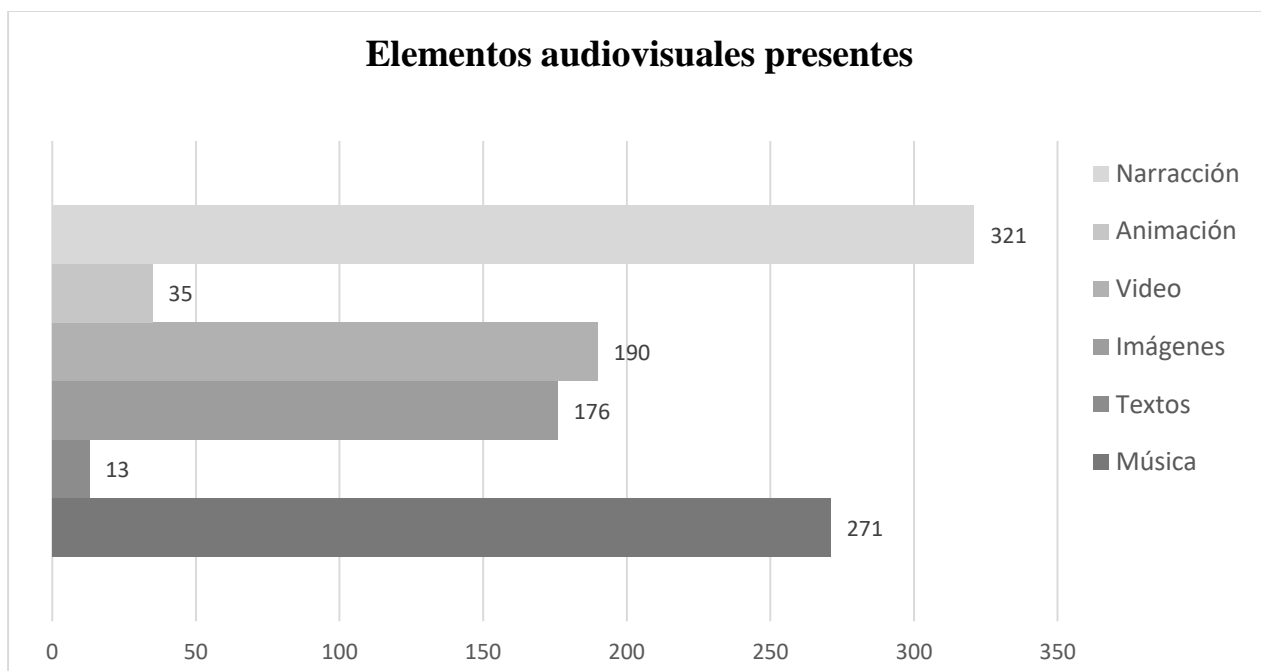
3.1.2 Análisis de datos específicos de los tres creadores de contenido de TikTok

En esta sección se presentan los resultados específicos del análisis de contenido de los creadores: @feguerrero_ec, @enigma.oculto3, @yarinamontalvo, sobre todo en el tema de elementos audiovisuales empleados de cada uno, explicadas en las siguientes tablas.

3.1.2.1 @feguerrero_ec

Figura 10

Elementos audiovisuales empleados en los videos de @feguerrero_ec



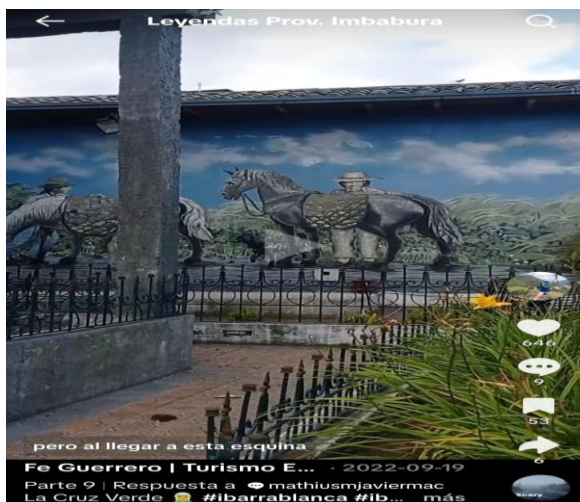
Nota: Elaboración propia

Durante el análisis de contenido la creadora de contenido @feguerrero_ec, empleó diferentes tipos de elementos audiovisuales a la hora de publicar los videos en TikTok, a pesar de que en su mayoría usó la narración como primera opción contando con 321 videos narrados, siempre estuvo acompañado de otros elementos que sumaban a su contenido.

Especialmente está caracterizado por la presencia de videos caseros grabados en sitios turísticos, ya que el contenido se caracteriza más por mostrar rincones del Ecuador, la cultura y gastronomía durante la visita. También describe las leyendas populares del lugar en el que esté dando a conocer el patrimonio cultural inmaterial de cada pueblo y región del país.

Figura 11

Videos publicados de @feguerrero_ec con elementos audiovisuales con narración y videos del lugar



Se ha podido notar que en el perfil de la creadora @feguerrero_ec, la mayoría de los videos que fueron revisados estaban relacionados con sus viajes, incluyendo metrajes de esos lugares mientras contaba las leyendas. Esta mezcla audiovisual y narrativa provocaba un grado de asombro e incertidumbre sobre la posible existencia de seres extraordinarios en esos lugares, así como en alguna oportunidad el nombre del lugar era explicado, lo que fortalecía su significado y su conexión con la tradición popular de la región.

Nota: Videos de @feguerrero_ec (<https://vm.tiktok.com/ZMSVkfW7/>)

Figura 12

Video publicado de @feguerrero_ec con elementos audiovisuales de animación y narración



Empleaba también animaciones para la explicación de algunas leyendas, sin embargo, no eran de alta calidad, pero lograban explicar de mejor manera lo ocurrido.

Nota: Videos de @feguerrero_ec (<https://vm.tiktok.com/ZMSVBPePB/>)

Figura 13

Video publicado de @feguerrero_ec con elementos audiovisuales de video dramatizado y narración



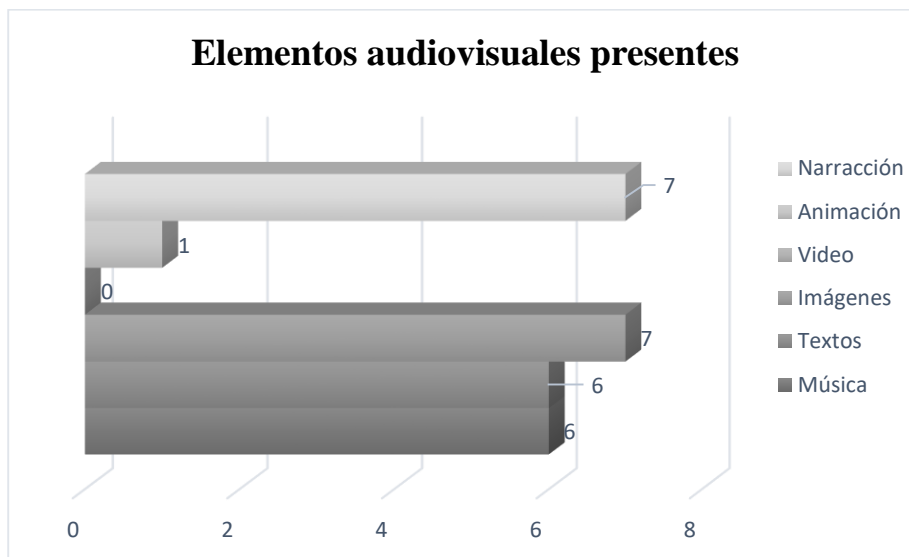
Se observó también que se publicaron cortos de videos dramatizados de leyendas que pasaban en canales de TV, que han quedado en el olvido, pero que siguen presentes en las creencias de los ecuatorianos, especialmente de las leyendas que se vinculan en temas religiosos y al origen de santos durante la época colonial en Quito. Este tipo de videos emplea narrativas dialógicas para generar un ambiente más realista, complementadas con el uso de voz en off que contextualiza y narra los acontecimientos

Nota: Videos de @feguerrero_ec (<https://vm.tiktok.com/ZMSVBcdEP/>)

3.1.2.2 @enigma.oculto3

Figura 14

Elementos audiovisuales empleados en los videos de @enigma.oculto3



Fuente: Elaboración propia

En el análisis de los videos publicados por @enigma.oculto3, existen diferentes elementos audiovisuales que predominaban, si bien en la cuenta de @feguerrero_ec destaca el uso de videos grabados en lugares para acompañar las narraciones, en esta cuenta no emplea videos como recurso visual, registrándose un total de 0 videos de apoyo. Sin embargo, hace uso de la narración (7 casos) y el uso de imágenes a la hora de la publicación de los videos sobre leyendas ecuatorianas sobre

todo eran generadas por inteligencia artificial, las cuales eran cuidadosamente seleccionadas para ajustarse a la temática de cada leyenda ecuatoriana, este recurso permitió representar de forma visual y simbólica los elementos clave de las historias, aportando un valor distintivo al contenido del resto

De igual manera se observó el uso de textos (6) y música (6) para que el espectador no perdiera el interés, contribuyendo al impacto emocional de las narraciones, estos elementos recompensaban la ausencia de videos en locaciones reales.

Figura 15

Video publicado de @enigma.oculto3



Los 7 videos publicados por @enigma.oculto3 acerca de las leyendas ecuatorianas, se diferencian del resto al ser imágenes creadas especialmente por IA, logrando adaptarse perfectamente conforme a lo que se va narrando.

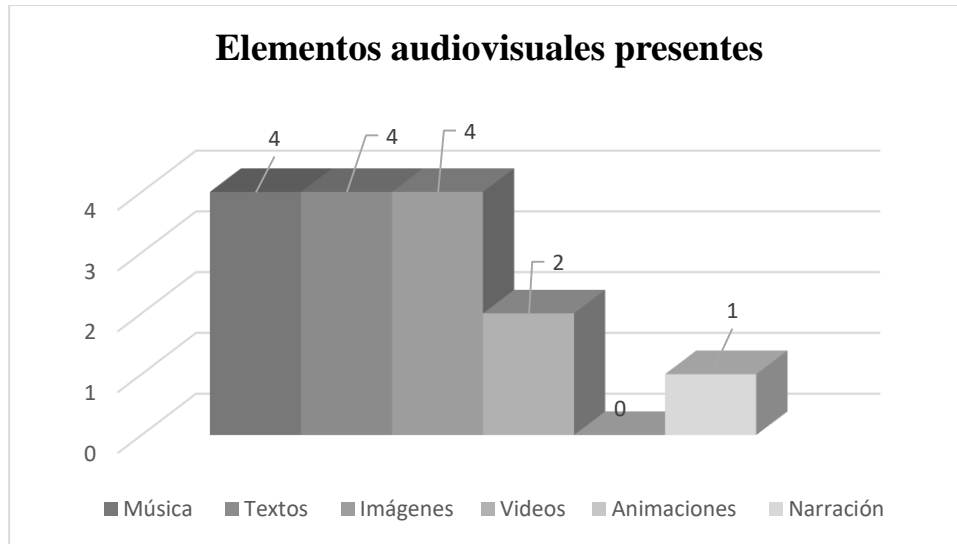
El uso de texto y música logran captar la atención a pesar de carecer de videos reales, los colores y la voz empleada son algo característico del creador, logrando crear un misticismo respecto a las leyendas. Sus videos se destacan por dejar una enseñanza durante su narración.

Nota: Videos de @enigma.oculto3 (<https://vm.tiktok.com/ZMSVgVkJNm/>)

3.1.2.3 @yarinamontalvo

Figura 16

Elementos audiovisuales empleados en los videos de @yarinamontalvo

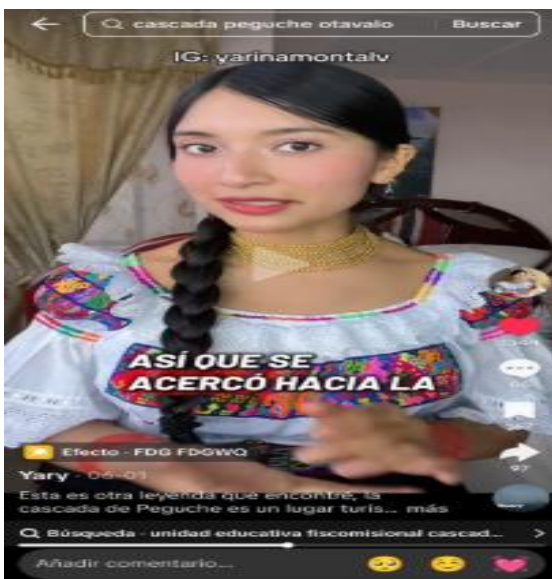


Nota: Elaboración propia

Durante el análisis realizado a la creadora de contenido @yarinamontalvo, en los 4 videos publicados sobre leyendas ecuatorianas empleó en partes iguales la música (4), texto (4), imágenes (4) y la narración (4). En 2 ocasiones empleó el uso de videos para ambientar la narración y en ningún video hizo uso de animaciones. Su contenido brinda una perspectiva diferente, dado que pertenece a la cultura kichwa indígena de Otavalo y narra desde la transmisión oral adquirida con el tiempo en su comunidad y la importancia de conocer sobre el tema para tener una conexión y respeto con la Pachamama.

Figura 17

Video publicado de @yarinamontalvo



La creadora de contenido @yarinamontalvo emplea el uso de la narración como primera opción a la hora de narrar una leyenda especialmente de la ciudad de Otavalo y para acompañar usa como segunda opción imágenes para dar el contexto de la situación, acompañado de texto durante todo el video.

El uso de estos elementos audiovisuales son algo característico de la creadora, lo que permite que los espectadores puedan consumir contenido sobre leyendas con distintos formatos

Nota: Videos de @enigma.oculto3 (<https://vm.tiktok.com/ZMSVoEARV/>)

3.2 Presentación de resultados cualitativos

En este apartado se analizan las entrevistas realizadas a la docente y coordinadora del área de Comunicación en la Universidad Técnica del Norte Carolina Guzmán, experta en temas de educomunicación, al historiador Juan Morales y al comunicador digital Alexander Antamba. Los expertos entrevistados son figuras importantes en sus diferentes áreas de saberes, cada una se entrelaza para obtener información sobre TikTok como una plataforma de educomunicación, la incidencia de las leyendas en la comunidad y la importancia de las plataformas digitales para difundir este tipo de contenido a un público más joven.

3.2.1 Entrevista a la MSc. Carolina Guzmán

En la entrevista realizada a la MSc. Carolina Guzmán respecto al papel de las redes sociales en el proceso de la enseñanza y aprendizaje en los adolescentes, afirma que *“es un tema que hay que implementarlo con un enfoque educativo tanto en adolescentes, en los colegios, como con jóvenes en las universidades, porque son plataformas que cuentan digamos con la aprobación y con el gusto”* (C. Guzmán, comunicación personal, 13 de junio de 2025). En este sentido se revela que las redes sociales no son solo una alternativa, sino una necesidad en el contexto educativo actual, dado que existe una gran relevancia ente los adolescentes y jóvenes, existe ya una cercanía entre este público por lo que las convierte en espacios estratégicos para el aprendizaje. La docente menciona que *“[...] ahora definitivamente ya no tiene que ser una clase vertical, sino que se puede también generar contenido un intercambio de información de saberes tanto entre él”* (C. Guzmán, comunicación personal, 13 de junio de 2025), ya que propone migrar métodos tradicionales hacia un enfoque más interactivo donde exista un intercambio de saberes. Es importante destacar que a pesar de que se promueve una interacción activa, no se debe dejar de lado el rol del docente que es quien debe orientar los procesos y sobre todo el propósito del aprendizaje.

Con respecto al tema de las redes sociales se considera una de las plataformas mayormente usada por los adolescentes que es TikTok como una herramienta válida al momento de fomentar el interés por las leyendas y sobre todo por la cultura ecuatoriana, sobre todo resalta el formato corto y audiovisual que se adapta ante sus preferencias, combinando el audio y el video a la vez. La MSc. Carolina Guzmán menciona que *“lo que sí hay que tomar en cuenta es que el contenido que tú presentes o que tú difundas en TikTok debe gozar con todos los parámetros y los elementos necesarios, porque tenemos en TikTok demasiada información, hay demasiada producción y obviamente no todo está con una calificación alta o con una calidad excepcional”* (C. Guzmán, comunicación personal, 13 de junio de 2025), por lo que el contenido relacionado con lo educativo debe ser diseñado con parámetros claros y bien estructurados. Además, reitera que es importante adaptarse a nuevas dinámicas de consumo de los adolescentes para conectar con ellos.

Adentrándose ya en el tema de TikTok, la MSc. Carolina Guzmán mencionaba que dicha plataforma tiene un gran potencial como herramienta educominucacional para promover contenido cultural, porque con su formato y alcance puede llegar a más personas, pero existe una falta de aprovechamiento “*Considero que ese es un espacio que más bien quizás nosotros no le hemos sacado el provecho necesario*”, los propios estudiantes son quienes menos lo usan para difundir contenido educativo e informativo y sobre todo de manera crítica, la docente menciona que “[...] *por qué no dejamos solo de divertirnos y vemos ahí ese campo y ese espacio para generar producción y desarrollar también como tú mencionas como con espacios o con leyendas o con fomentos de la cultura, pero con un proceso también de enseñanza aprendizaje*” (C. Guzmán, comunicación personal, 13 de junio de 2025), es decir que es necesario que exista un cambio y los adolescentes pasen a ser productores activos. Propone que TikTok no solo sirve para entretener, sino que lo hace ver como un espacio para producto contenido de buena calidad, entre ellas videos sobre el patrimonio inmaterial del Ecuador.

Ante esto, brinda una reflexión acerca de las ventajas y desafíos que identifica mediante el uso de la plataforma TikTok como recurso pedagógico dentro del entorno intercultural de Otavalo, en especial en la población rural, menciona que “*hablamos también de una población importante indígena y rural, entonces habría que saber también en este sector cómo está la incidencia y cómo está el consumo de TikTok*” (C. Guzmán, comunicación personal, 13 de junio de 2025). La entrevistada reconoce que al momento de hablar de esta plataforma hay que tomar en cuenta que no en todas las regiones se puede tener este libre acceso, para ello se encuentra implícito condiciones sociales, culturales y particularmente las tecnológicas. También indica que en el área de la difusión de contenido cultural si es una gran herramienta, “[...] *entonces yo pienso que TikTok sí puede ser una plataforma que ayude, que de alguna forma promueva este contenido que tú haces referencia cultural, el tema de las leyendas o de las tradiciones y que son temas que de a poco se han venido quedando no lo digamos en el olvido, pero que sí que han pasado a un segundo plano*” (C. Guzmán, comunicación personal, 13 de junio de 2025), dado que las nuevas generaciones se encuentran desinformadas respecto a sus raíces culturas, a pesar de que esta tradición oral no ha quedado totalmente olvidada existe el desinterés por parte de los más jóvenes “[...] *entonces yo pienso que estas nuevas generaciones es como que vienen un tanto desinformadas hay básicamente un abandono y una falta de inclusión, de amor por nuestras raíces porque desconocemos esto*” (C. Guzmán, comunicación personal, 13 de junio de 2025), reconociendo que no es solo falta de conocimiento, sino también hay una pérdida del sentido de pertenencia. Para finalizar sobre el teme de TikTok como una herramienta útil para la difusión cultural como un método de enseñanza “[...] *sí, yo creo que TikTok es justamente propicio para generar este tipo de producción que tú quieres que llegue y que lo decía antes como que se promueva este tema de una educación más transformadora más participativa*” (C. Guzmán, comunicación personal, 13 de junio de 2025), destaca que los adolescentes responden mejor a contenidos audiovisuales, lo que favorece al aprendizaje y sobre todo a la apropiación cultural. El uso de dicha plataforma puede apoyar a una educación transformadora y que los estudiantes también creen contenido desde su cultura con una perspectiva crítica y que no solo sean consumidores.

Pero para que estos contenidos educomunicacionales de la plataforma de TikTok puedan ser atractivos y sobre todo efectivos en los adolescentes de deben tener ciertas características, la entrevista menciona que *“yo pienso que sí tiene que ser un contenido impactante, atractivo”* (C. Guzmán, comunicación personal, 13 de junio de 2025), ya que durante en la entrevista realizada mencionaba que existe demasiada información saturada en la plataforma, por lo que es necesario diferenciarse del resto, planteando dos interrogantes *“[...] ¿Qué puede tener mi producto que sea diferente al resto? ¿Por qué tendría que ver el adolescente mi producción?”* (C. Guzmán, comunicación personal, 13 de junio de 2025), lo que apunta a implementar la originalidad, el sentido de pertenencia y sobre todo el fin de educar a través de ello. Además, la entrevistada reconoce que educar por TikTok no es nada fácil, *“[...] pero siempre va a ser difícil digamos explorar en estos espacios, siempre va a ser difícil educar, no va a ser fácil y sobre todo cuando tienes estos públicos que son niños y adolescentes y tú tienes que necesariamente hablar como otro lenguaje”* (C. Guzmán, comunicación personal, 13 de junio de 2025), ya que hace referencia que trasladar contenido informativo hacia un espacio que está destinado al entretenimiento puede tener su complejidad y de hecho se encuentra presente el interés cambiante del público, lo que representa un reto comunicacional al momento de diseñar contenido educativo en especial para los adolescentes. Respecto a las leyendas enfatiza que *“[...] puede ser que una leyenda sea muy extensa, pero te tienes que saber filtrar lo que exactamente quieres que se transmita para engancharle a ese público sí y a la vez que de alguna manera promueva la reacción”* (C. Guzmán, comunicación personal, 13 de junio de 2025) y de esta manera se podrá ajustar al formato breve característico de la plataforma sin perder el mensaje central. La interacción es necesaria para que los estudiantes puedan participar activamente al aprender, crear y compartir, ya que así ellos aprender de mejor manera y es más eficaz que simplemente recibir información.

Para culminar la MSc. Carolina Guzmán ofrece una perspectiva realista respecto a la preparación del profesorado en los centros educativos ante las herramientas digitales con fines culturales, mencionando que en una investigación realizada recientemente se determinó que *“lamentablemente la mayoría de los profesores como que de alguna forma ponían barreras para que esto sucediera, ya que explicaban que había algunas variables entre ellas el tema de la edad”* (C. Guzmán, comunicación personal, 13 de junio de 2025), esto influye directamente ante la aceptación de estas herramientas y enfrentan dificultades a pesar de la existencia de capacitaciones, para los docentes más jóvenes es mucho más fácil integrar estos elementos con fines pedagógicos. Otro obstáculo que menciona es sobre la falta de respaldo por parte de las autoridades de las instituciones educativas *“[...] a veces las autoridades tampoco prestaban el apoyo necesario por temor, por cierta reserva, porque también hay que decirlo con nuestro medio de las redes se han vuelto también esa forma en que tú tienes para espiar a la gente ya, entonces dicen “no es que si ya aparece en TikTok por ejemplo van a pensar que el profesor no está dando clases”* (C. Guzmán, comunicación personal, 13 de junio de 2025), dando a entender que existe un estigma sobre el uso de redes dentro del aula, donde se lo atribuye al ocio mas no con el tema de la educación. A pesar de los obstáculos la entrevistada reconoce que la nueva generación de docente encuentra en TikTok una nueva forma de conectar con respecto a los intereses de los estudiantes y transmitir contenido

cultural con un lenguaje más jovial ayudando al aprendizaje “[...] *muchos adolescentes que dicen “bueno yo he aprendido más de tutoriales o he aprendido más de lo que veo en TikTok que muchas veces de mi profesor porque mi profesor es muy serio”* (C. Guzmán, comunicación personal, 13 de junio de 2025), esto expone que hay evidencia ante la efectividad del aprendizaje informal en las plataformas digitales que muchas veces en el aula de clases.

3.2.2 Entrevista al historiador Juan Morales

El historiador Juan Carlos Morales Mejía tiene cerca de 40 libros publicados y se especializa en la mitología del Ecuador. A lo largo de su trayectoria ha logrado una recopilación de 150 relatos, investigados desde la Amazonia, la Costa y en especial la provincia de Imbabura.

Dado su vasto conocimiento respecto al tema de las leyendas dentro del patrimonio oral e identitario del país y sobre todo en comunidades kichwas de Otavalo, menciona que este tipo de mitologías cumplen una función explicativa *“la mitología permite responder a situaciones de los seres humanos acerca de los orígenes, pero también acerca de la muerte y permite cohesionar a una comunidad en su identidad”* (J. Morales, comunicación personal, 13 de junio de 2025), lo que refiere a que más allá de ser solo narraciones, estas cohesionan dentro de una comunidad en una identidad compartida. Para ello, el entrevistado subraya que Otavalo debe entender primeramente como un territorio ancestral de los Caranquis, lo que permite reivindicar una identidad propia, para ello hace mención de leyendas locales de la ciudad que son parte esencial *“[...] los amores del Tayta Imbabura y la Mamá Cotacachi, Los Islotos de que luego tuvieron estos amoríos, el nacimiento de la mal llamada San Pablo que se llamaba antes Imbacucha he Ninapakcha, toda la mitología en torno a la cascada de Peguche, porque está relacionado al ciclo agrario de la fiesta del solsticio mal llamado Inti Raymi”* (J. Morales, comunicación personal, 13 de junio de 2025), el entrevistado señala que por la falta del conocimiento a profundidad respecto al tema de las raíces es que se han optado denominaciones que no pertenecen a la región *“[...] yo no estoy de acuerdo con esas denominaciones Cusqueñas, porque nosotros tenemos nuestra propia identidad debería llamarse “Hatun Puncha”, porque hay una construcción, bueno podemos hablar más adelante una construcción falsa de la identidad”* (J. Morales, comunicación personal, 13 de junio de 2025). Refleja una posición crítica respecto a la homogenización cultural. Señala que los mitos y leyendas no constituyen cosas del pasado, sino que siguen presentes en la cotidianidad, como en las cosechas, en las tradiciones culturales y creencias de deidades representadas por montañas alineándose a la cosmovisión andina. Para el entrevistado la mitología constituye parte esencial de los pueblos *“[...] es fundamental porque un pueblo sin mitología sin memoria es un pueblo muy fácil de alienar”* (J. Morales, comunicación personal, 13 de junio de 2025), el mito se convierte en el resguardo de la memoria colectiva y es una herramienta de resistencia cultural y para finalizar hace una crítica frente a la globalización y los productos foráneos insertados en la cultura *“[...] uno termina bailando y eso pasa bailando con Mickey Mouse en vez de saber quién quiénes son*

los Chuzalongos” (J. Morales, comunicación personal, 13 de junio de 2025), con esto resalta la importancia de revalorar lo propio.

El entrevistado menciona que las leyendas ecuatorianas cumplen funciones educativas y sobre todo de transmisión de normas sociales *“si bien en su primer momento la mitología sirve para esta transmisión de tipo social eso no quita que en nuestro currículo podamos nosotros aprender”* (J. Morales, comunicación personal, 13 de junio de 2025), en el ámbito educativo se deberían incluir en el currículo escolar al igual que se lo hace en escuelas de Europa con mitos griegos, sin embargo esto no se da debido a un profundo racismo y a la exclusión de nuestra propia identidad *“[...] tenemos vergüenza de ser lo que somos”* (J. Morales, comunicación personal, 13 de junio de 2025), el entrevistado denuncia la exclusión de los saberes propio y una visible preferencia por saberes occidentales, invisibilizando el conocimiento indígena. El historiador advierte sobre una invención de identidad falsa *“[...] Otavalo, han construido una identidad falsa en torno a lo inca se creen incas, tienen el Pawkar Raymi, Sisa Raymi, eso es Cusqueño, si tú ves las investigaciones de hace 20 años en ninguna parte la palabra Inti Raymi, es un invento de las élites indígenas otavaleñas”* (J. Morales, comunicación personal, 13 de junio de 2025), explica sobre la apropiación de símbolos culturales ajenos como la *chacana* por parte de sectores indígenas, lo que crea una identidad sobre imaginarios falsos y es lo que debilita la resistencia cultural. Para ello, propone volver a los orígenes para entender bien el entorno y preservar el verdadero patrimonio y resistir las identidades externas, reforzar la idea de leyendas locales como herramientas de reconstrucción histórica y memoria colectiva.

Para el historiador las plataformas digitales como TikTok son simplemente soportes para la difusión de las leyendas, para ello hay que tener en cuenta su estructura para no alterarla, para ello menciona el concepto de “mitemas” que son algo esencial que deber tener en cuenta a la hora de realizar un video sobre leyendas, emplea el ejemplo de Caperucita Roja para demostrar que, si oprimen partes claves sobre el relato, este pierde sentido y sobre todo coherencia *“[...] tiene que tener mucha seriedad las personas que hacen estos contenidos, porque es como un libro o periódico, cualquiera puede escribir un libro o tiene que ser un libro bueno y además ser responsable porque tú estás comunicando algo de tu comunidad”* (J. Morales, comunicación personal, 13 de junio de 2025), recalca la idea de que aunque el formato de TikTok debe ser breve siempre se debe respetar la estructura básica del relato como tal. Hace mención a creadores de contenido que han carecido de ética y han creado historias falsas por falta de investigación, respondiendo únicamente a intereses comerciales *“[...] no puedes decir una cosa que es falsa sin investigación histórica, entonces hay que tener mucha rigurosidad histórica trabajar en guiones porque el grave problema del Ecuador es que los mismos que hacen los videos hacen música, son editores y hablan”* (J. Morales, comunicación personal, 13 de junio de 2025). Menciona que una afirmación sin respaldo alguno puede borrar comunidades enteras y desconocer sobre todo su historia.

El historiador respecto a las plataformas de TikTok como medio de difusión para la preservación de las leyendas menciona que *“Bien hecho contribuye, mal hecho es algo terrible”* (J. Morales, comunicación personal, 13 de junio de 2025), argumenta que el contenido como tal no pierde valor solo por adaptarse a otros medios, si se lo hace bien puede expandirse y sobre todo alcanzar mayor audiencia. Durante su entrevista menciona sus obras que ya se encuentran en la red *“[...] yo mismo he hecho para Cantuña en TikTok y hecho la el Gigante y las Lagunas para YouTube por ejemplo esa creo que tiene 25,000 visitas, tiene más visitas que los 1000 ejemplares que donde está la leyenda”* (J. Morales, comunicación personal, 13 de junio de 2025), para el TikTok es solo una herramienta que engancha a la gente y que les hace tener curiosidad para leer y saber más sobre las leyendas, reforzando la idea sobre las herramientas digitales de un libre acceso y mayor visibilidad en el patrimonio oral del Ecuador. La tradición oral sigue siendo esencial para mantener viva estas historias, como menciona *“[...] los niños los nietos tienen que acercarse a los abuelos ahí está la oralidad la sabiduría porque no te olvides que nuestras para bien o para mal nuestras comunidades tanto afros como indígenas son muy orales, no tienen la escritura”* (J. Morales, comunicación personal, 13 de junio de 2025). TikTok no sustituye la oralidad, pero ayuda a conservarla con el tiempo, manteniendo viva la memoria colectiva.

Ante la importancia de la oralidad y la memoria colectiva, el historiador menciona la importancia de los adolescente ante la conservación y transmisión de esta narraciones en los medios digitales, especialmente en la creación y difusión de contenidos relacionados a su entorno, ya que estos medios logran visibilizar el patrimonio del Ecuador, incidiendo positivamente en la cultura y promoviendo el orgullo identitario, menciona que gracias a ello los jóvenes ahora se muestran orgullosos de usar sus trajes *“eso hace 10 años no era no era así, entonces los medios han visibilizado y han mostrado”* (J. Morales, comunicación personal, 13 de junio de 2025), menciona un caso de éxito como el video musical de Juyayay grabado en Cayambe que fue grabado en un lugar equivocado *“yo estoy en desacuerdo en donde fue grabado porque graban en una hacienda del patrón, o sea todo tiene un símbolo, de los Bonifáz encima y debieron haber grabado en las comunidades”* (J. Morales, comunicación personal, 13 de junio de 2025), haciendo énfasis que si se quiere difundir contenido cultural se debe tener primero conocimiento previo para que no exista errores a la hora de su publicación en la red.

Para finalizar, Juan Morales menciona que prefiere denominarlas mitologías mas no leyendas *“los griegos tienen mitos por ejemplo y nosotros solo leyendas o tradiciones, no pues, lo nuestro también es mitología”* (J. Morales, comunicación personal, 13 de junio de 2025), dando a entender que existe conceptos eurocéntricos que delegan a las culturas indígenas como algo inferior y menos importante, cuando las historias de las montañas como los amores del *tayta Imbabura* y *mama Cotacachi* son construcciones mitológicas de los Caranquis. Entender las raíces de un pueblo son la base de la identidad, para ello pone de ejemplo Otavalo *“[...]la gente de Otavalo también por esta construcción errada se cree que son Otavalo Otavalo era el nombre de un*

cacique” (J. Morales, comunicación personal, 13 de junio de 2025), haciendo referencia que cuando uno no conoce sus raíces se adapta a lo que le dicen “[...] *hay un profundo desconocimiento no por culpa de la de las comunidades sino por el sistema educativo impositivo que nos ha puesto una mirada muy eurocéntrica*” (J. Morales, comunicación personal, 13 de junio de 2025). Por consiguiente, hace mención de algunas leyendas con gran potencial para TikTok y que son más representativas de la región como: *Tayta Imbabura* y *Mama Cotacachi* que representan la dualidad de masculino y femenino, El gigante de Imbabura, La leyenda del Cuichi que en español significa arcoíris, El *Chuzalongo* un ser joven guardián del *Tayta Imbabura*, La *Chificha*, Leyendas de la Cascada de Peguche, El *Aya Huma*, *Nina Pakcha* y las lagunas sagradas, “[...] *todo está relacionado*” (J. Morales, comunicación personal, 13 de junio de 2025), menciona que todo se encuentra vinculado a la *Pachamama* y que eso debería ser lo que nos representa dado que las leyendas se basan en ello. Sin embargo, dado al desconocimiento existente de las raíces se termina denominando a fiestas culturales con otros nombre u optando tradiciones que no nos pertenecen, el historiador menciona que “[...] *entonces a mi cuando me dicen “No es que el Inti Raymi” ¿Qué mito hay del Inti Raymi aquí en Imbabura?, no hay, porque no te olvides que los Incas solo vivieron 90 años y de los cuales el norte del país en nuestra región solo estuvieron 30 de los cuales 17 estuvieron peleando y mataron 20 000 Caranquis, o sea mataron a los abuelos de los que ahora bailan el Inti Raymi*” (J. Morales, comunicación personal, 13 de junio de 2025), explicando que se deber tener mayor conocimiento sobre la historia y ahí es donde TikTok, esta herramienta debe evitar reforzar la identidad desde una verdad. El entrevistado reconoce que dicha plataforma es esencial para visibilizar y revitalizar la tradición oral indígena siempre y cuando se emplee la rigurosidad cultural y el respeto cultural “ *tienes que ver que toda la geografía de Caranqui está llena de leyendas y eso no sabemos entonces es súper importante que esté en tik Tok*” (J. Morales, comunicación personal, 13 de junio de 2025), a pesar de que es un formato audiovisual corto su presencia en la red es importante, especialmente para públicos adolescentes.

3.2.3 Entrevista al comunicador digital Alexander Antamba

Respecto al tema de comunicación digital, el señor Alexander Antamba, experto en redes sociales brinda su perspectiva desde su conocimiento sobre los contenidos que mayormente consumen los adolescentes y sobre todo cuales han tenido un mayor *engagement*. Para el entrevistado el contenido que mayo alcance obtiene son principalmente los de entretenimiento “*comúnmente están los bailes en TikTok, tal vez hay algún contenido de lo que son comedia y todo ese contenido que a la final siento que es un poco más interactivo*” (A. Antamba, comunicación personal, 13 de junio de 2025), este tipo de videos se alinean mayormente al contenido que consumen los adolescentes, estos aspectos captan de mayor manera su atención y favorece a la vitalización.

Teniendo en cuenta los elementos que mayormente se viralizan en TikTok, el entrevistado respecto a los contenidos relacionados sobre cultura e identidad menciona que “*que no hay contenido que se ha creado aún y que no se ha vuelto viral, porque siento que ese contenido como es un poco*

más largo y la plataforma en TikTok es como para contenidos cortos siento que no tiene tanta retención” (A. Antamba, comunicación personal, 13 de junio de 2025), identificando una dificultad latente respecto al formato al momento de adaptar a estas narrativas, al ser de una estructura más extensa no suelen ajustarse fácilmente al tipo de contenido que suele viralizarse en dicha plataforma. Y respecto a la retención hace referencia al tiempo en que una persona observa un video, si una leyenda tarda mucho y no engancha al usuario en los primeros segundos es muy probable que no le interese y haga *scroll*. Para el comunicador digital este tipo de contenido largo están destinadas para otros medios *“[...] está destinado para otra plataforma”* (A. Antamba, comunicación personal, 13 de junio de 2025), *pero* no significa que no se pueda lograr, sino que todavía no se ha explorado de la mejor manera y con las estrategias adecuadas.

Con su conocimiento el entrevistado propone estrategias para producir y difundir contenido educativo acerca de las leyendas en la plataforma de TikTok, afirma que *“subir contenido corto relevante en TikTok dando una breve introducción o de algo importante para así luego llevarlos a plataformas un poco más como YouTube”* (A. Antamba, comunicación personal, 13 de junio de 2025), considera la naturaleza rápida de atención de los usuarios en la plataforma, plantea la idea de redireccionar a contenidos largos y educativos. Propone que el contenido no solo tenga el límite a esa plataforma, sino que debe ampliarse a plataformas con formatos más extensos y aprovechar los puntos fuertes de los medios

Respecto a las narrativas visuales y la brevedad del contenido considera que *“la narrativa sobre todo de testimonios de la gente, del pueblo en las culturas siento que llama mucho la atención porque conecta más con las personas y siento que de esas dos maneras la narrativa lineal y la narrativa de testimonios siento que juega un papel muy importante al momento de construir leyendas”* (A. Antamba, comunicación personal, 13 de junio de 2025), el entrevistado considera las narrativas un aspecto clave para captar la atención del público, para él los testimonios de las personas son más conectivas y emocionales para conectar con los adolescentes.

Con respecto a la difusión de contenido, el entrevistado menciona algunos errores al momento de comunicar contenidos culturales en las redes sociales, afirma que *“las culturas muchas veces lo tratan de hacer como comedias”* (A. Antamba, comunicación personal, 13 de junio de 2025), critica que muchas veces las propias comunidades ocurren a este tipo de enfoque para conseguir vistas en la plataforma y considera que pone en burla a la cultura, representando una forma inadecuada al momento de comunicar una cultura.

Sin embargo, para finalizar considera algunas ventajas de TikTok como medio educativo, el entrevistado menciona que, *“en TikTok justamente puedes llegar a un público más grande porque es la plataforma líder que ahorita está moviendo mucha gente”* (A. Antamba, comunicación personal, 13 de junio de 2025), que dicha plataforma ofrece ventajas significativas

a la hora de difundir contenido cultural dado que tiene un gran alcance y es fácil de usar para su aplicación. A pesar de sus ventajas advierte que la búsqueda de fama puede llevar a una forma irrespetuosa de comunicar una cultura.

3.2.4 Análisis del grupo focal

Para la investigación sobre la percepción y consumo de leyendas ecuatorianas en adolescentes del cantón Otavalo, se realizó una selección de nueve estudiantes de la Unidad Educativa Escuela del Futuro, con una edad estimada de 15 a 18 años.

El contenido que más consumen o que normalmente aparece en su inicio de TikTok, se vincula más al entretenimiento "*Contenido de carros, fútbol, a veces baile y contenido de superación*" (Participante 1) "*maquillaje, anime, metal y rock*" (Participante 2) "*Bailes, comedia y maquillaje*" (Participante 3).

Uno de nueve estudiantes contestó que observó en su inicio contenido relacionado con leyendas, *La leyenda de la iglesia de Quito esa grande, esa de Cantuña* (Participante 4). Los demás en una sola voz contestaron que "No" y que solo veían contenido relacionado con el entretenimiento.

Los estudiantes mencionaron que este tipo de contenido si es interesante tanto para conocer la historia de los pueblos y como un método de aprendizaje para conocer más sobre su entorno "*me voy, así como informando de la comunidad dependiendo de las historias o leyendas que hayan pasado y también es muy interesante*" (Participante 7). Emplearon palabras como, interesante, importante, aprender, conocer e informar.

Dentro de la narrativa audiovisual que más les llamó la atención de los cinco diferentes videos proyectados, los estudiantes supieron manifestar que las imágenes creadas por IA de parte del creador @enigma.oculto3, fue el que más curiosidad les dió, para ellos este tipo de imágenes responde más a las necesidades de las leyendas narradas, mencionaron que "*A la inteligencia artificial tú tienes la facilidad de ordenarle y decirle exactamente lo que tú quieres expresar, los escenarios, lo más cercano a la realidad*" (Participante 7). Además, otro elemento que les llamó la atención fue el vídeo que contenía personajes reales recreando la situación "*siento que representa la historia verdadera y siento que nos acoge un poco más a la realidad de lo que pasó en la leyenda*" (Participante 8). Haciendo énfasis en que emplear estos elementos ayudan a que el espectador se interese por la narración "*son tres tipos de maneras de aprendizaje, uno sería el visual, el auditivo, la imagen, la captación mismo*" (Participante 7).

Tras los videos de leyendas ecuatorianas, los estudiantes supieron manifestar que en algunas de ellas no entendían perfectamente el mensaje "*había unas cosas que no compaginaban así fácilmente*" (Participante 6), sin embargo, hubo otras leyendas que gracias a los elementos empleados si logro dar a entender el mensaje "*los elementos que se utilizan para el video son elementos que te ayudan a entender mejor la leyenda su esencia*" (Participante 7) al entender perfectamente el mensaje de la leyenda, los estudiantes supieron vincularlo a la realidad,

comentaron que *“en el mundo de la actualidad podríamos decirlo que no sabe si la persona tiene buenas o malas intenciones”* (Participante 7). Los adolescentes presentan una notable preferencia por el contenido con narrativas visuales, ya que entienden mejor las leyendas *“me indican imágenes y a la vez me indica el texto y también voy entendiendo”* (Participante 5).

Los estudiantes mencionaron si las leyendas representan su cultura y supieron manifestar que muchas veces depende del lugar del origen de la leyenda *“dependiendo de la comunidad también”* (Participante 6) y 4 de 9 estudiantes afirman que, si los representa, ya que muchas veces se encuentra ligado a la explicación o el origen de algo, incluso hechos históricos *“nos están enseñando más nuestra cultura, cosa que la gente tal vez está perdiendo esas tradiciones de ¿Cómo son?, ¿Cómo se crearon?”* (Participante 3), explicaron que estos contenidos les interesa porque de ello aprenden sucesos que normalmente no se cuenta y que se van perdiendo con el pasar del tiempo. Sin embargo, no se siente identificados con los personajes mostrados en los videos.

Tras conocer la importancia de las leyendas, los estudiantes mencionaron que es importante mantener vivas estas historias *“podríamos saber lo del pasado y tener en cuenta lo que había pasado en años anteriores”* (Participante 4), dando a entender que es necesario este tipo de contenido para conocer y comprender su entorno, al igual que dejan una enseñanza a las nuevas generaciones *“da un significado bonito y seria como una enseñanza para un niño”* (Participante 2).

Los estudiantes presentaron un gran interés por la implementación de este tipo de contenido dentro de las aulas, ya que para ellos es un conocimiento que sirve a largo plazo, mencionaron que *“les ayuda a los niños a ver más de nuestras culturas y las historias”* (Participante 4), recalando que esto les ayuda a conocer su pasado y sus raíces.

Estas leyendas dejan una enseñanza de identidad o de valor morar a los estudiantes, ellos supieron manifestar que *“podemos nosotros evitar en la misma situación”* (Participante 9), es decir que este tipo de contenido deja una reflexión en ellos, de las consecuencias que podría pasar si no se tiene el debido cuidado, al igual deja explicación sobre el origen representativos de fiestas tradicionales que muchas veces no se conoce el origen *“el del Aya Huma, yo no sabía de donde sacaba las máscaras y ahora de la leyenda ya sé de dónde sacan esas mascararas”* (Participante 1), este tipo de videos permiten que los adolescentes puedan conocer el significado de su entorno.

Para finalizar los estudiantes mencionaron que desean aprender más contenido de leyendas en formatos de videos que contengan dramatizaciones y otros comentaron que es más fácil aprender cuando se divierten mediante juegos *“porque ahí compartiríamos mediante todas las personas que están alrededor de nosotros y además tomaríamos como que más en cuenta nuestra atención”* (Participante 6).

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN

En este capítulo se discuten los resultados obtenidos por medio de los datos cuantitativos y cualitativos analizados, a través de la constatación de las hipótesis de la investigación.

Tabla 16

Cumplimiento de hipótesis

Hipótesis	Cumplimiento
H1. TikTok es una herramienta educomunicacional para promover el consumo de las leyendas en los adolescentes del cantón Otavalo.	Aprobada
H2. Los adolescentes del cantón Otavalo asocian las leyendas como parte de su identidad cultural	Aprobada
H3. Los elementos narrativos y visuales son más efectivos para comunicar las leyendas en TikTok	Aprobada

Nota: Elaboración propia

H1. *TikTok es una herramienta educomunicacional para promover el consumo de las leyendas en los adolescentes del cantón Otavalo*

Los datos recopilados de manera cualitativa a través de entrevistas a expertos, respaldan esta primera hipótesis. La plataforma de TikTok funciona como un método de enseñanza y aprendizaje, la aplicación puede ser empleada como una herramienta eficaz para promover contenido cultural, sobre todo las leyendas ecuatorianas que son el patrimonio inmaterial cultural del Ecuador y que son temas que han pasado a un segundo plano. Este funciona como un enganche para que los espectadores visiten y conozcan la oralidad de las diferentes comunidades.

Mientras se trabaje con un enfoque educativo, con una planificación narrativa y sobre todo con respeto cultural. TikTok es una herramienta pertinente para la promoción de mitologías entre los adolescentes del cantón Otavalo dado que existe una desinformación y abandono por sus raíces, además, es una herramienta que da paso a la revitalización cultural, ya que en la actualidad los jóvenes emplean en la mayor parte de su tiempo las redes sociales.

Macías (2023) señala que las Tecnologías de la Información y la comunicación (TIC) son fundamentales en la actualidad, permite impulsar nuevas formas de interacción en la red y permiten comunicarse de distintas maneras a través de las redes sociales. En este contexto, el autor destaca que TikTok se vincula con procesos de aprendizaje informal dentro de la cultura digital juvenil.

Como lo mencionaban los expertos, esta plataforma permite que los adolescentes interactúen y no solo sean consumidores, sino también creadores de temas culturales sobre su entorno. Harris (2023) afirma que, aunque TikTok fue inicialmente como una plataforma de entretenimiento, con el pasar del tiempo se consolida como una herramienta activa en los procesos educativos, en la que los adolescentes no solo buscan para entretenerse, sino que aprenden y enseñan por medio de estos videos.

Siempre y cuando los videos publicados estén orientados a la comunicación y educación principalmente, y empleen un poco de humor solo como una forma de captar la atención, los videos pueden ser más llamativos y atractivos para los adolescentes (Zabala-Shigui & Banda-Casa, 2022). Y en contraste con la entrevista, el experto en comunicación digital Alexander Antamba, mencionaba que no era correcto llevar a la cultura a la comedia como parte de ganar vistas y que muchas veces en los pueblos lo hacen para tener mayor visibilidad y es algo que se debe evitar a toda costa.

El uso de TikTok en el aula favorece a la motivación estudiantil y sobre todo al desarrollo autónomo, permite identificar los intereses y facilita la transición del sistema educativo a un modelo más innovador (Vidyastuti et al, 2022). Como lo mencionaba la MSc. Carolina Guzmán, esta herramienta es esencial para el aprendizaje ya que permite migrar desde las formas tradicionales para convertirse en clases verticales, generando un intercambio de saberes entre el docente y el estudiante.

Además, durante la adolescencia las prácticas culturales son esenciales ante la construcción de la identidad, en esta etapa comienzan a adoptar estilos similares sobre su entorno y moldean su sentido de pertenencia, el consumo cultural juega un gran papel al ofrecer referentes con los que los adolescentes podrían sentirse identificados (Urresti, 2002).

H3. *Los adolescentes del cantón Otavalo asocian las leyendas como parte de su identidad cultural*

Esta hipótesis está validada a partir del grupo focal realizado a los estudiantes de la Unidad Educativa Cristiana “Escuela del Futuro” ubicada en el cantón Otavalo, sus edades oscilaban desde los 15 y los 17 años, lo que los ubica dentro del rango correspondiente a los adolescentes. El contenido presentado sobre leyendas ecuatorianas tuvo una influencia significativa dentro de su identidad, manifestaron que este tipo de relatos les permitía comprender mejor su entorno y, especialmente, el origen de elementos que los rodean y que forman parte de su cultura que con el tiempo desaparecen. Asimismo, mencionaron que el valor de las cosas dentro de las costumbres y creencias tienen un diferente significado al no conocer a profundidad la historia. Reconocieron que las leyendas contienen elementos que construyen la memoria colectiva y que deben ser preservados para su continuidad.

Además, con las entrevistas realizadas a los expertos la hipótesis se aprueba, dado que las leyendas si forman parte del imaginario identitario de los pueblos de Otavalo, como lo mencionaba el historiador Juan Morales “*La mitología permite cohesionar a una comunidad en su identidad [...]*,”

no es una cosa del pasado, está presente en nuestra cotidianidad.” (J. Morales, comunicación personal, 13 de junio de 2025), señala que los elementos de la naturaleza como montañas y lagos son parte de la cosmovisión cultural viva dentro de las comunidades.

Dentro del país, las leyendas representan un papel fundamental del patrimonio cultural que los transmiten en generaciones. Este tipo de narrativas refleja el coraje de los ecuatorianos, explican el origen de los pueblos y sobre todo sirven como mensajes de advertencias para que no cometan el mismo error, en especial para los niños (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2021).

En las comunidades indígenas, desde la cosmovisión andina que sostienen, estas narraciones representan una conexión con la naturaleza o conocida entre las comunidades kichwas como *Pachamama*, transmitiendo valores y enseñanza. Inspiradas en fenómenos naturales, supersticiones y creencias religiosas, estas narraciones refuerzan la identidad cultural y social del país. Las leyendas entendidas como expresiones desempeñan un papel clave ante la construcción de la identidad, en especial en comunidades con fuerte herencia oral como Otavalo.

En Otavalo se encuentran alrededor de 21 mitos y leyendas (El Comercio, 2018). A pesar de ser conocido comúnmente como un pueblo inmerso en la artesanía y turismo, también es un punto clave por la herencia cultural inmaterial que posee. Estas expresiones representan la memoria viva de los pueblos y comunidades, de las cuales se transmiten en generaciones de manera oral, ayudando a fortalecer de esa manera la identidad y los saberes ancestrales (UNESCO, 2017).

H3. *Los elementos narrativos y visuales son más efectivos para comunicar las leyendas en TikTok*

Con el análisis de datos realizados a las publicaciones de TikTok sobre leyendas ecuatorianas y el grupo focal, se pudo validar la tercera hipótesis. El manejo de ambos datos proporcionó información sobre los elementos narrativos y visuales que más les atraen a los adolescentes; se seleccionó 5 videos con diferentes elementos audiovisuales y narrativas para conocer la perspectiva de los estudiantes y si estos eran efectivos a la hora de comunicar contenidos culturales.

Se evidencia que los elementos narrativos y visuales, como lo es la creación de imágenes con IA, el uso de personajes reales para la recreación de escenas y la inclusión de textos, son efectivos entre los adolescentes, dado que es más fácil comprender lo que se quiere comunicar y logran recordar las leyendas ecuatorianas *“Narrativo visual, porque nos van indicando imágenes, hablando y mediante las imágenes nos damos cuenta de cómo va la historia”* (participante2), sus respuestas destacan la calidad visual y la narración coherente para el fortalecimiento de la efectividad del mensaje y el interés. Además, pudieron asociar las leyendas con la realidad y su entorno, para mejorar el aprendizaje y la retención a pesar de estar acostumbrados a formatos digitales rápidos.

La creación de contenido audiovisual fortalece el aprendizaje y la conciencia crítica de los adolescentes sobre su entorno (Rodríguez- Padín et al., 2022). El uso de estas herramientas puede

ser eficaz al momento de orientarlos hacia un futuro más comprometido, este tipo de elementos impacta dentro de la percepción social y cultural de los jóvenes (Mau & Rodríguez, 2014).

En la actualidad es imprescindible cambiar los enfoques tradicionales, las investigaciones destacan que el uso de tecnologías y recursos activos promueven beneficios de participación directa, el enfoque a través de herramientas audiovisuales permite un aprendizaje más profundo y sobretodo conectado al entorno y a la vivencia de los adolescentes (Marín-Díaz et al., 2022). La comunicación visual en redes sociales influye significativamente en la forma que los adolescentes se relacionan, ya que su entorno digital está dominado por lo visual, los contenidos visuales captan la atención de manera rápida eficaz, convirtiéndolo en herramientas claves para educar, informar, entretener e influir (Caraballo, 2024). Para la plataforma de TikTok con su formato breve, lo visual y dinámico resulta relevante para captar la atención del grupo que se encuentra inmerso en la tecnología.

CONCLUSIONES

- La comunicación digital, específicamente la plataforma de TikTok, se consolida como una herramienta relevante dentro de los procesos de difusión cultural entre adolescentes. A diferencia de los modelos tradicionales de educación intercultural, los entornos digitales facilitan el acceso más dinámico, inmediato y atractivo a contenidos culturales, favoreciendo la participación activa de los jóvenes y su interés por temáticas vinculadas a la identidad y la memoria colectiva.
- La plataforma de TikTok presenta un alto potencial como herramienta educomunicacional, ya que su formato de videos cortos resulta especialmente atractivo para los adolescentes inmersos en el entorno digital. Esta red estimula la creatividad y la viralización de contenidos educativos, culturales y de entretenimiento, además, se apoya en el uso de *hashtags* para tener un mayor alcance con el mensaje.
- La plataforma posibilita la resignificación de las leyendas desde una perspectiva contemporánea, incorporando lenguajes audiovisuales propios de la cultura digital juvenil. Este proceso favorece la revitalización cultural, especialmente en contextos donde se han identificado un distanciamiento progresivo de las tradiciones orales, parte esencial de las herencias ancestrales y la memoria colectiva, estas narraciones revelan las tradiciones, costumbres y el origen de las cosas, en especial las montañas, ríos, lagos y lagunas, mayormente conocidas como leyendas del tipo escatológico y que influyen dentro de las creencias de las comunidades indígenas.
- La investigación permite concluir que la falta de conocimiento y difusión de las leyendas locales favorece a la adopción de narrativas de la región, lo que incide directamente en el debilitamiento de la identidad cultural de los adolescentes del cantón Otavalo, pese a que estas narraciones cumplen un papel fundamental en la construcción de la identidad colectiva y transmiten valores, creencias y saberes ancestrales. Frente a la globalización, que tiende a desplazar tradiciones propias, TikTok se consolida como una herramienta educomunicacional pertinente para enfrentar esta problemática, ya que permite adaptar la transmisión de las leyendas a los lenguajes digitales consumidos por los adolescentes, integrando elementos narrativos y visuales que favorecen el interés, la comprensión y la apropiación cultural.
- Los hallazgos evidencian que los elementos narrativos y visuales son más efectivos para comunicar las leyendas en TikTok, en comparación con otros estilos comunicativos. La combinación de narrativas estructuradas, recursos visuales atractivos, imágenes generadas o recreadas y elementos auditivos incrementa la comprensión, el interés y permite recordar los contenidos. Esto favorece a una mayor interacción y facilitan la conexión emocional del espectador con las historias, potenciando su valor educativo y cultura.
- TikTok se presenta como un recurso complementario que promueve aprendizajes informales, contiene una variedad de temáticas que van desde la ciencia y la tecnología

hasta valores sociales y habilidades prácticas, todo esto dentro de un entorno visualmente dinámico. Estas cualidades son aprovechadas para el diseño de estrategias comunicativas más efectivas y acordes a los intereses juveniles permitiendo que los adolescentes no solo consuman contenidos culturales, sino que participen activamente en su creación y difusión, fomentando habilidades comunicativas y creativas

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que los docentes incorporen enfoques pedagógicos innovadores que superen el método tradicional de enseñanza, promoviendo procesos de aprendizaje participativos, críticos y dialógicos, en los que los estudiantes asuman un rol activo especialmente en el uso reflexivo de herramientas digitales afines a sus prácticas comunicativas cotidianas.
- Es pertinente que TikTok sea considerado como una herramienta comunicacional estratégica para la difusión de contenidos culturales y educativos dirigidos a adolescentes, debido a su formato breve y atractivo, el cual facilita la captación de la atención del usuario y favorece la comprensión de narrativas culturales.
- Se recomienda impulsar la creación y difusión de contenidos de leyendas ecuatorianas en plataformas digitales es fundamental para contribuir a la preservación cultural inmaterial y fortalecer la identidad local, en especial donde estas narrativas corren el riesgo de desaparecer o ser desplazados por contenidos ajenos a la realidad cultural del territorio.
- Resulta fundamental promover estrategias de comunicación cultural que eviten la desinformación y el desconocimiento de las leyendas locales, ya que su difusión reivindicaría las narraciones locales frente a las historias y tradiciones foráneas que comúnmente se mezclan en las regiones por la falta de conocimiento, promoviendo el conocimiento de la cosmovisión andina y la resistencia cultural.
- Se sugiere que los docentes reciban procesos de formación continua orientados al uso pedagógico de plataformas digitales, con el propósito de integrar de manera consciente y crítica los recursos audiovisuales en sus prácticas educativas, favoreciendo la atención, la retención de información y el interés de los estudiantes por los contenidos culturales.
- Al momento de producir contenidos audiovisuales sobre leyendas, se recomienda mantener la coherencia narrativa y el respeto por los elementos culturales propios de cada relato, adaptando el lenguaje audiovisual al formato de TikTok sin distorsionar el significado o eliminar parte esencial de las historias, con el objetivo de generar una mayor conexión emocional y cultural con los adolescentes.

REFERENCIAS

- Aguaded, J.I.(2012): "La educomunicación una apuesta de mañana, necesaria para hoy". Aularia : *Revista Digital de Comunicación*. Vol. 1, n. 2, pág. 259-261 (2012). ISSN 2253-7937. <http://hdl.handle.net/10272/6342>
- Achig, D. (2019). Cosmovisión Andina: categorías y principios. *Revista de la Facultad de Ciencias Médicas de la Universidad de Cuenca*, 37(3), 1-4. <https://acortar.link/xv1a8b>
- Alvarado Rodas, P. D. (2021). *Estudio de las diferencias en el consumo por generaciones: Baby Boomers, Generación X, Millennials (Y) y Centennials (Z) en la ciudad de Cuenca*. Universidad del Azuay. <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/10768>
- Aparici, R., Crovi, D., Ferrés, J., Gabelas, J. A., Matilla, A. G., Martín, A. G., ... & Valderrama, C. (2010). *Educomunicación: más allá del 2.0*. Gedisa Editorial.
- Ariza, R. y Pons, L. (2021). Medios y redes sociales en la enseñanza-aprendizaje del inglés: valoraciones de estudiantes universitarios. *REXE. Revista de Estudios y Experiencias en Educación*, 20(43),129-148. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2431682460086>.
- Aza, J. A. (2025). *Revitalizando la oralidad como pilar para salvaguardar la memoria y el conocimiento ancestral que han pervivido en tiempo y el espacio por medio de transmisión oral “voces de sabiduría” con niños, niñas de la Institución Educativa el Romerillo de la vereda Guan del resguardo indígena de Cumbal*. [Proyecto aplicado]. Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/68033>
- Barrio de la Puente J. L. (2009). Hacia una Educación Inclusiva para todos. *Revista Complutense de Educación*, 20(1), 13-31. <https://acortar.link/9TWf8x>
- Becerra-Chauca, N., & Taype-Rondan, A. (2020). TikTok: ¿Una nueva herramienta educativa para combatir la COVID-19? *Acta Médica Peruana*, 37(2), 249 –251. <https://doi.org/10.35663/amp.2020.372.998>
- Beltrán, L. (2005). La comunicacion para el desarrollo en Latinoamerica: un recuento de medio siglo. <https://acortar.link/BHqmVc>
- Bonilla-del-rio, M., García-Ruíz, R., y Pérez Rodríguez M. A.r (2018). La educomunicación como reto para la educación inclusiva. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 7(1), 66-85. doi: <https://doi.org/10.21071/edmetic.v7i1.10029>
- Botas Leal, D. (2021). *El uso de la fotografía de perfil como herramienta de creación de identidad digital. Consecuencias en la empleabilidad de los jóvenes universitarios*. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid. <https://hdl.handle.net/20.500.14352/11335>

- Bourdieu, P. (1998). *Capital cultural, escuela y espacio social* (I. Jiménez, Comp. y Trad.). Siglo XXI Editores. <https://acortar.link/vWqeoK>
- Caraballo Aquino, A. (2024, julio 8). *Comunicación visual en redes sociales. Su impacto en adolescentes*. Revista 925 Artes y Diseño. <https://acortar.link/b2XMrC>
- Chiappe, A., Rozo, H., Menjivar, E., Corchuelo, M. ., & Alarcón, M. (2016). Educomunicación en entornos digitales: una mirada desde la comunicación no verbal. En C. Parra (Ed.), *Doctorado en Educación: Temas y conceptos* (pp. 159-177). Chía, Colombia: Universidad de La Sabana.. <http://hdl.handle.net/10644/7719>
- Civallero, E. (2017). Fondos orales y memoria urbana. Compromisos y urgencias. In *II Encuentro del Centro de Documentación del CNCA*. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile. <https://www.aacademica.org/edgardo.civallero/187.pdf>
- Clemente-Suárez, V. J., Beltrán-Velasco, A. I., Herrero-Roldán, S., Rodríguez-Besteiro, S., Martínez-Guardado, I., Martín-Rodríguez, A., & Tornero-Aguilera, J. F. (2024). Digital device usage and childhood cognitive development: Exploring effects on cognitive abilities. *Children*, 11(11), 1299. <https://doi.org/10.3390/children11111299>
- Coslado, Á. B. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de educación*, 10(14), 157-175.
- Colunche Campos, L., Alarcón Díaz, N., García Gil, S. G., & Vásquez Vásquez, A. (2025). Uso de las Redes sociales para el fortalecimiento de la interacción entre estudiantes y docentes latinoamericanos . *Horizontes. Revista De Investigación En Ciencias De La Educación*, 9(37), 1458–1471. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v9i37.993>
- Congreso Nacional del Ecuador. (2002). *Código de la niñez y adolescencia (Ley No. 2002-100)* [PDF]. Registro Civil. <https://acortar.link/ZWpsQ>
- Contreras Baspineiro, A. (2020). *Quitarnos los miedos: hacer comunicación en tiempos de coronavirus, aislamiento social y pandemia informativa* (197 p.). Quito, Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. <http://hdl.handle.net/10644/7719>
- Corral, M. N. (2025). Educomunicación y competencia digital. Acciones formativas a través de Instagram en la Universidad. *RIDU. Revista d'Innovació Docent Universitària*, 17, 49-65. <https://doi.org/10.1344/RIDU2025.17.4>
- Cortés-Quesada, José Antonio & Vizcaíno-Verdú, Arantxa. (2025). Deslizar, interactuar y conectar: Un análisis del comportamiento de consumo de la generación Alfa en TikTok. *ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 23(1): e2183. <https://doi.org/10.7195/ri14.v23i1.2183>

- Cotta De Kelley. (2019). "Playing the Visibility Game: How Digital Influencers and Algorithms Negotiate Influence on Instagram." <https://acortar.link/rEaOH2>
- Colombres, A. (1994). Del mito al cuento. En *Celebración del lenguaje: Hacia una teoría intercultural de la literatura*. Ediciones del Sol. <https://acortar.link/SDT1CG>
- Corrales, M. de los Á. (2016). *Las leyendas son el patrimonio inmaterial imbabureño*. El Telégrafo. <https://acortar.link/pKGsh8>
- Chacho Juárez, P. S. (2024). Análisis del voto juvenil en cuenca: el caso de Daniel Noboa en Tik Tok (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay). <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/14616>
- Chaparro, H. R. & Guzmán, C. M. (2017). Jóvenes y consumo cultural. Una aproximación a la significación de los aportes mediáticos en las preferencias juveniles. *Anagramas*, 15(30), 121-142. DOI: <https://doi.org/10.22395/angr.v15n30a6>
- Daza, G. (2010). Desafíos de la educomunicación y alternativas Pedagógicas en la construcción de la ciudadanía. *IC- Revista Científica de Información y Comunicación*, 7, 333-345. <https://bit.ly/3Bt0LuR>
- Del Canto, E., & Silva Silva, A. (2013). Metodología cuantitativa: Abordaje desde la complementariedad en Ciencias Sociales. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, III(141), 25-34. <https://www.redalyc.org/pdf/153/15329875002>.
- Dinterweb. (2025). Diferencia entre Social Media y Redes Sociales. *Blog de Dinterweb*. Recuperado el 27 de abril de 2025, de <https://acortar.link/LsHT4H>
- Díaz Oporto, V. C. (2023). Evaluación del desempeño del tik tok como canal de difusión digital para empresas del sector cultural. caso de estudio de Umbral centro cultural. <http://hdl.handle.net/20.500.12953/182>
- Dominguez Pillaca, D., & Domínguez Pillaca, R. (2024). Las herramientas virtuales en el desarrollo de la educación intercultural bilingüe. *Horizontes. Revista De Investigación En Ciencias De La Educación*, 8(35), 2358–2372. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v8i35.874>
- Del Barrio Fernández, Á., & Ruiz Fernández, I. (2014). Los adolescentes y el uso de las redes sociales. *Revista INFAD De Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology.*, 3(1), 571-576. <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2014.n1.v3.537>
- Echeverría, J. (2009). Cultura digital y memoria en red. *Arbor*, 185(737), 559–567. <https://doi.org/10.3989/arbor.2009.i737.313>

- El Comercio. (2018). *Los mitos y leyendas son recopilados en las comunas indígenas*. <https://acortar.link/Q8cRHx>
- en-otavalo.com. (2023). *Los mitos y leyendas de Otavalo: Misterios y folklore*. <https://acortar.link/YtKrGw>
- Bauer, D. (2014). Tradición e identidad cultural: expresiones colectivas en la costa ecuatoriana. *Antropología Experimental*, 10. <https://acortar.link/oBvs0v>
- Fernández, A. M. (2022). Propuesta de uso de plataforma TIKTOK como herramienta pedagógica para la enseñanza aprendizaje de la diversidad cultural en la Unidad Educativa Alfredo Pérez Guerrero de San Pablo de Iago (Bachelor's thesis, Otavalo). <https://acortar.link/nSbWKU>
- Freire, P. (1973): *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*. Buenos Aires. Siglo XXI. <https://acortar.link/YGB9aC>
- Freire, P.(1976):*Educación y cambio*, Buenos Aires, Comisión Ecuamélica Latinoamericana de Educación (Celadec). <https://acortar.link/LWAqYZ>
- García Canclini, N. (1993). *El consumo cultural y su estudio en México: Una propuesta teórica* (pp. 26–49). En *El consumo cultural en México*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. <https://acortar.link/880Rqy>
- Gramsci, A [1929-1935] (2011). *¿Qué es la cultura popular?*, selección a cargo de Analet Pons y Justo Serna, Publicaciones de la Universidad de Valencia, Valencia.
- Guerrero, M., Pilaquinga, V., & Guerrero, C. (2021). La revalorización de la identidad cultural: Un análisis retrospectivo de las principales culturas del Ecuador. *Revista Científica*, 6(21), 336-355, e-ISSN: 2542-2987. Recuperado de: <https://acortar.link/MyXX4j>
- Guerrero, M. A. (2016). La investigación cualitativa. *INNOVA Research Journal*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.33890/innova.v1.n2.2016.7>
- Harris Cordero, C. (2023). *La disrupción de TikTok en los nuevos enfoques educativos*. Repositorio Institucional UPS. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/25139>
- Hamui-Sutton, A., & Varela-Ruiz, M. (2013). La técnica de grupos focales. *Investigación en Educación Médica*, 2(5), 55-60. <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733230009.pdf>
- Kaplún, M. (2010). *Una pedagogía de la comunicación* (Proyecto didáctico Quirón, n.º 10). Ediciones de la Torre. <https://acortar.link/DjdVUp>

- Khoosf, S. G., y Khosravani, M. (2014). Introducing Email Portfolio as a Means of Developing EFL Learner's Autonomy. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 98, 504-512. Doi: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.03.446>.
- Kichwa-Otavallo. (s. f.). *Mitos y leyendas*. <https://kichwa-otavallo.jimdosite.com/mitos-y-leyendas/>
- Kowii, A. I. (2015). *Construcción de la identidad en jóvenes Kichwa-Otavallo a través de la producción musical: Los Nin* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio Interculturalidad. <https://acortar.link/SXobW4>
- Lázaro Bacilio, J. C. (2020). Mitos y leyendas. <https://hdl.handle.net/20.500.14414/16748>
- Leyendas de Ecuador. (s. f.). *Leyendas de Imbabura*. <https://acortar.link/HvbCt9>
- Luna, M. (2004). Redes sociales. *Revista Mexicana de Sociología*, 66, 59-75. <https://doi.org/10.2307/3541443>
- Macías, H. J. (2023). Entre el entretenimiento y la socialización: un acercamiento a la cultura digital adolescente a través de TikTok. *RICSH Revista Iberoamericana De Las Ciencias Sociales Y Humanísticas*, 12(23), 71 - 97. <https://doi.org/10.23913/ricsh.v12i23.307>
- Marín-Díaz, V., Sampedro, B. E., & Vega Gea, E. (2022). Promoting learning through use of 360° videos. *Innoeduca: International Journal of Technology and Educational Innovation*, 8(2), 138-151. <https://doi.org/10.24310/innoeduca.2022.v8i2.15120>
- Martín-Barbero, J. (2009). Cuando la tecnología deja de ser una ayuda didáctica para convertirse en mediación cultural. *Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 10(1), 19-31. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=201018023002>
- Martín-Barbero, J. (2015). ¿Desde dónde pensamos la comunicación hoy?. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (128), 13-29. <https://acortar.link/sISxHo>
- Maldonado, A. T. C., Vargas, R. J. T., & Flores, A. E. H. (2021). Códigos de modernidad: industria cultural digital y la economía global de desarrollo, Tik Tok. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*, 6(3), 257-274. <https://acortar.link/yVxcqW>
- Mau Meléndez, J. D., & Rodríguez Utia, K. J. (2014). *Efectos de la aplicación del proyecto audiovisual "La creatividad no discrimina" en la visión de su entorno social y cultural en adolescentes estudiantes de la institución educativa "Nuestra Señora de la Salud" 2014* [Tesis de licenciatura, Universidad Científica del Perú]. Repositorio Institucional UCP. <https://acortar.link/qZFtjZ>

- Méndez Ojeda, J. I., Luque Ortiz, S., & Pérez Curiel, C. (2015). La educomunicación aplicada en televisiones locales. *ANDULI, Revista Andaluza De Ciencias Sociales*, (13), 13–28. Recuperado a partir de <https://acortar.link/ubJ0mf>
- Mentinho. (2024, junio). *Acceso al estado digital en Ecuador 2024*. <https://acortar.link/XWQwNj>
- Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana. (2021). *5 leyendas populares del Ecuador*. <https://acortar.link/ZvFZfO>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador. (s. f.). *Amor del Taita Imbabura y Mama Cotacachi*. <https://acortar.link/F0b8II>
- Moreira, J., & Carola, C. R. (2020). La Pedagogía Liberadora de Paulo Freire: contemporaneidad de un pensamiento latinoamericano. *Educatio Siglo XXI*, 38(1 Marzo-Ju), 33–52. <https://doi.org/10.6018/educatio.413131>
- Montrul, S. 2013. *El bilingüismo en el mundo hispanohablante*. Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Ordóñez Contreras, E. L. 2008. “La enseñanza de una lengua extranjera: el español comolengua extranjera en Brasil”. *Evidência: olhares e pesquisa em saberes educacionais* 4: 195–205. <https://acortar.link/jg02Sz>
- Neme, S., & rodríguez-gonzález, L. (2013). consumo simbólico: una perspectiva sociocultural en la comprensión del comportamiento del consumidor. *Revista Iberoamericana de Psicología: Ciencia y Tecnología*, 6 (2), 27-33. <https://doi.org/10.33881/2027-1786.rip.6203>
- Ocampo López, J.. (2008), Paulo Freire y la pedagogía del oprimido. *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*. (10), 57-72. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86901005>
- Oñate, Y. (2024). *De mitos a identidad: La influencia de las leyendas en nuestra cultura*. ¡Goooya! <https://acortar.link/IezeXL>
- Olaya Quintero, J. (2020). Estado del arte sobre la implementación de estrategias transmedia para incentivar la participación política no tradicional en Latinoamérica. Universidad Externado de Colombia. <https://doi.org/10.57998/bdigital.handle.001.5395>
- Padilla Gudiño, C. O. (2021). *Potencialidades de TikTok como herramienta de comunicación de las marcas en el mercado ecuatoriano* (Tesis de Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Guayaquil). Repositorio Digital Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/56975>
- Páramo Iza, J. J. (2025). *Análisis jurídico de la Sentencia No. 2064-14-EP de la Corte Constitucional y la suplantación de identidad con contenido sexual* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Institucional UTA. <https://acortar.link/QYsVKv>

- Perdomo, J. J. (2018). *Geolocalizando leyendas de la costa ecuatoriana* (Master's thesis), Universidad Nacional de Educación. <http://repositorio.unae.edu.ec/handle/56000/797>
- Prado Prado, W. O., & Erazo Álvarez, C. A. (2025). TikTok y el periodismo digital: impacto en el consumo de noticias en Cuenca, Ecuador. *Pacha. Revista De Estudios Contemporáneos Del Sur Global*, 6(18), e250372. <https://doi.org/10.46652/pacha.v6i18.372>
- Quiroz, N. T. (2020). TikTok. La aplicación favorita durante el aislamiento. *Revista argentina de estudios de juventud*, 14, 1-9. <https://www.doi.org/10.24215/18524907e044>
- Romero, D. (2025, 1 de abril). 'El Champ': Geográficamente, si nos quieren comparar, Ecuador tiene lo mejor. PRIMICIAS. <https://acortar.link/zHqhVH>
- Reyes Velásquez, J., & Cisterna Chávez, F. (2022). *Utilización de la cultura snack como recurso de difusión cultural en tiempos de pandemia* (Tesis de Periodismo, Universidad Academia de Humanismo Cristiano). Repositorio Digital UAHC. <https://acortar.link/wHBPSm>
- Reyes, I. C. (2024, noviembre 15). *Tecnología en la educación: desafíos y beneficios en 2025*. CognosOnline. <https://acortar.link/r1KCpX>
- Rodríguez-Padín, R., Álvarez-García, B., Enríquez-Díaz, J., & Teira-Fachado, A. (2022). Uso de vídeos cortos entre el alumnado adolescente y universitario como herramienta de aprendizaje. *EDUCA. Revista Internacional Para La Calidad Educativa*, 3(1), 42-59. <https://doi.org/10.55040/educa.v3i1.52>
- Rodríguez Lucas, J. E. (2021). *Factores socioculturales y pérdida de identidad en la población rural del Ecuador* (Examen complejo de grado, Universidad Técnica de Machala, Facultad de Ciencias Sociales, Carrera de Sociología y Ciencias Políticas). Repositorio Digital UTMACH. <https://acortar.link/nANTqe>
- Ruiz Quiroz, J. (2024) *Uso de TikTok como Herramienta de Refuerzo Pedagógico para el Aprendizaje de Números Racionales* (Tesis de Grado) Universidad Nacional de Chimborazo. Riobamba, Ecuador. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/14687>
- Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw Hill Interamericana Editores S.A. de C.V. <https://acortar.link/rWf7DI>
- Shams, I. E. (2013). Hybrid Learning and Iranian EFL Learners' Autonomy in Vocabulary Learning. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 93, 1587-1592. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.086>.

- Screpnik, C. R. (2024). Tecnologías digitales en la educación inclusiva: oportunidades, desafíos y perspectivas para personas con discapacidad cognitiva. *UTE Teaching & Technology (Universitas Tarraconensis)*, 2, e3664. <https://doi.org/10.17345/ute.2024.3664>
- Suárez Ceracapa, A. (2023). Difusión de leyendas tradicionales ecuatorianas a través de medios de comunicación. Quito: UCE. Disponible en: <https://acortar.link/vPa9Pg>
- Sinchiguano, J. M. (2023, septiembre). TikTok como herramienta educomunicacional de la Unidad Educativa Joaquín Lalama (Trabajo de titulación, Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales). Repositorio Institucional de la Universidad Técnica de Ambato. <https://acortar.link/qexKUI>
- Tejero, J. M. (Ed.). (2021). *Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario* (Colección Estudios, n.º 171). Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha. https://doi.org/10.18239/estudios_2021.171.00
- Torres-Toukoumidis, Á., De-Santis, A., & Vintimilla-León, D. (Coords.). (2021). *TikTok: Más allá de la hipermedialidad* (1ra ed.). Universidad Politécnica Salesiana, Editorial Universitaria Abya-Yala. <https://acortar.link/nmcSIB>
- Trejos-Gil, C. A., Tordecilla-Pájaro, C. C., & Mena Mena, D. (2023). Adicción a la red social Tik Tok en jóvenes universitarios. *Revista De Comunicación Y Salud*, 14, 1–18. <https://doi.org/10.35669/rcys.2024.14.e339>
- Ubidia, A. (Comp.). (1993). *Cuentos, leyendas, mitos y casos del Ecuador*. Quito-Ecuador: Libresa <https://acortar.link/uHiaX5>
- UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la educación la Ciencia y la Cultura). (2017). Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Obtenido de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad : <https://acortar.link/tV4Csv>
- Urresti, M. (2002), “Adolescentes, consumos culturales y usos de la ciudad”, *Revista Encrucijadas*, nueva época, año II, núm. 6, febrero, pp. 36-43. <https://acortar.link/oTpxWK>
- Vallés Pardo, SR. (2022). Análisis de las interacciones en Tik Tok. Influencias en la cultura popular. Universitat Politècnica de València. <https://riunet.upv.es/handle/10251/189160>
- Valderrama, C. E. et al. (2000) éditeur. *Comunicación - Educación*. Siglo del Hombre Editores, Universidad Central - DIUC, <https://doi.org/10.4000/books.sdh.176>.
- Valencia-Ortiz, R., Cabero-Almenara, J., Garay Ruiz, U. y Fernández Robles, B. (2021). Problemática de estudio e investigación de la adicción a las redes sociales online en jóvenes y adolescentes. *Tecnología, Ciencia y Educación*, 18, 99-125. <https://acortar.link/iS4Dka>

- Valarezo, Santiago (2002). *La selva, los pueblos, su historia, mitos, leyendas, tradiciones y fauna de la amazonia ecuatoriana*. Quito: Abya Yala/Instituto de Antropología Aplicada <https://acortar.link/1fUISi>
- Varela Vélez, O.I. (2016). Educomunicación en la pantalla: modelo para el desarrollo de videoclases. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 48, 15-32. Recuperado de: <https://acortar.link/NqmFIK>
- Vasquez Malave, D. (2025). Filtro burbuja de los algoritmos de la red social TikTok en jóvenes estudiantes de la carrera de comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena 2024. La Libertad. UPSE, Matriz. Instituto de Postgrado. 26p. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/13430>
- Vicente, Eva (2024). "Tipos de Leyendas". En: *Significados.com*. Disponible en: <https://www.significados.com/tipos-de-leyendas/>
- Vidal, A. S., Pacheco, C. N. C., Moreyra, S. A. M., & Requena, M. V. E. (2024). La influencia del consumo de contenido digital sobre el desarrollo cognitivo infantil. Una revisión sistemática. *Bitácora Journal*, 2(2). <https://revistastls.com/index.php/tls/article/view/75/99>
- Vidyastuti, A. N., Effendi, M. M., & Darmayanti, R. (2022). Tik-tok application: Development of mathematics learning media for lines and series materials to increase learning interest of high school students. *Jurnal Math Educator Nusantara: Wahana Publikasi Karya Tulis Ilmiah Di Bidang Pendidikan Matematika*, 8(2), 91-106. <https://doi.org/10.29407/jmen.v8i2.18267>
- Zambrano Mera, I. E., & Chancay García, L. (2024). Impacto de las tecnologías digitales en el aprendizaje y la enseñanza en entornos educativos. *Revista Qualitas*, 28(28), 054 - 068. <https://doi.org/10.55867/qual28.04>
- Zabala-Shigui, R. y Banda-Casa, M. (2022). Tik Tok como herramienta educacional en los estudiantes de bachillerato del cantón Latacunga. *Polo del Conocimiento*, 7(2), 134-159. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8331415>
- Zulli, Diana & Zulli, David. (2020). Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. *New Media & Society*. 24. <https://doi.org/10.1177/1461444820983603>
- Zhiminaycela, R. A. (2021). *Oralidad y memoria a través de los mitos y leyendas en Chordeleg* [Título profesional, Universidad de Cuenca]. Repositorio Académico de la Universidad de Cuenca <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/36615>

ANEXOS

Matriz de análisis de contenido

TIKTOK COMO ESTRATEGIA EDUCACIONAL PARA FOMENTAR EL CONSUMO DE LEGENDAS ECUATORIANAS EN ADOLESCENTES DEL CANTÓN OTAVALO, 2024												
Matriz de Análisis de contenidos			Título	Locación	Cantón	Tipo de Leyenda						
N°	Usuario de Tiktok					Imbabura	Otavalo	Urbana	Rural	Local	Infantiles	Etiológicas
	Nombre del creador de contenido	Enlace del video	Nombre de la leyenda									
1	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	La Silla del cementerio de Piobamba	0	0	0	0	1	0	0	0	0
2	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	Legenda de Chimboazo y Tungurahua	0	0	0	0	0	0	1	0	0
3	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	La batalla por la Dama más bella de los Andes	0	0	0	0	0	0	1	0	0
4	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	La Caja Plonca en Piobamba	0	0	0	1	0	0	0	0	0
5	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	Muro de las Lágrimas (Galápagos)	0	0	0	0	1	0	0	0	0
6	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	La iguana Smith	0	0	0	0	0	0	0	1	0
7	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	La Baronesa de Galápagos	0	0	0	0	0	0	0	0	1
8	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	El naranjo de Chocote	0	0	0	1	0	0	0	0	0
9	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	El hueso de vaca	0	0	0	0	1	0	0	0	0
10	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	El velco Titi	0	0	0	0	0	0	0	1	0
11	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	El Tsáchila que se convirtió en sol	0	0	0	1	0	0	1	0	0
12	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	Konadu, el cerro que protegió a los Tsáchila	0	0	0	0	1	0	1	0	0
13	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	Legenda del Cerro MORUPICO	0	0	0	0	1	0	1	0	0
14	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	Toy y Catzo- Toeaso	0	0	0	0	1	0	1	0	0
15	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	El señor de Sarabia- Latacunga	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	El Animerio de Angamarca	0	0	0	0	1	0	0	0	0
17	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	La Guinagalla- Cotopaxi	0	0	0	1	0	0	0	0	0
18	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	Urágulle- Latacunga	0	0	0	0	1	0	0	0	0
19	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	El hombre que se transformó en Toro (Angamarca- Cotopaxi)	0	0	0	1	0	0	0	0	0
20	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	El carro fantasma de Angamarca	0	0	0	1	0	0	0	0	0
21	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	El Oro vivo- Azogues	0	0	0	0	1	0	0	0	0
22	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	El perro de Biblan	0	0	0	0	0	0	0	0	0
23	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	Las puertas del Cojumbo	0	0	0	1	0	0	0	0	0
24	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	Cerros Bueran y Zhindhona- Cañar	0	0	0	0	1	0	0	1	0
25	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	El baile del Cañarico	0	0	0	0	1	0	0	0	1
26	Feguertero_ec	https://vm.tiktok.com/ZM5mnn6L3v/	Cerro Enlilambón	0	0	0	0	1	0	0	0	1

Elementos audiovisuales presentes										Interacción					Duración de videos
Morales	Ecológicas	Marinas	Terror	Músicas	Textos	Imágenes	Video	Animaciones	Narración	Likes	Compartidos	Guardados	Visualizaciones	Comentarios	Tiempo
0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	3291	600	383	64.300	30	00:54
0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	697	43	58	14.300	7	00:31
0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	14,5 mil	1168	1587	214.500	72	00:56
1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	4274	357	423	76.000	21	01:15
0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	893	26	24	16.200	18	00:44
0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	677	10	36	10.300	14	02:59
0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1544	25	101	39.000	25	01:43
0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	451	13	21	9311	9	01:39
0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	36.600	724	2697	404.800	146	02:18
0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	419	12	35	8548	4	01:29
0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	394	20	23	7745	11	03:07
0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	406	14	23	7689	12	00:57
0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	209	6	17	7.118	2	00:22
0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	371	20	30	13.500	3	00:58
1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	592	14	44	12.300	15	01:16
0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	582	19	48	14.400	9	01:17
0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	3815	42	137	77.400	80	00:57
0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1142	33	42	18.400	43	01:42
0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	39.300	2735	1816	1,6M	300	01:12
0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1597	84	73	51.800	12	01:08

Duración de videos	Estrategia narrativa						Valores Culturales y morales presentes	
	Informativo	Persuasivo	Expositivo	Narrativo	Humorístico	Dialogado	Si	No
00:54	0	0	1	1	0	0	0	1
00:31	1	0	0	0	0	0	0	0
00:56	1	0	0	0	0	0	0	0
01:15	0	0	0	0	0	0	1	0
00:44	1	0	0	0	0	0	0	0
02:58	0	0	0	1	0	0	0	0
01:49	1	0	0	0	0	0	0	0
01:39	0	0	0	1	0	0	0	0
02:18	0	0	0	1	0	0	0	0
01:29	1	0	0	0	0	0	0	0
03:07	0	0	0	1	0	0	0	0
00:57	1	0	0	0	0	0	0	0
00:22	1	0	0	0	0	0	0	0
00:58	1	0	0	0	0	0	0	0
01:16	0	0	0	1	0	0	0	0
01:17	0	0	0	1	0	0	0	0
00:57	0	0	0	1	0	0	0	0
01:42	0	0	0	1	0	0	0	0
01:12	0	0	0	1	0	0	0	0
01:08	0	0	0	1	0	0	0	0
00:24	0	0	0	1	0	0	0	0

Modelo de cuestionario de entrevista semiestructurada

1. Cuestionario de entrevista semiestructurada dirigida a la MSc. Carolina Guzman

Experta en el área de Educomunicación

1. Desde su experiencia docente, ¿cómo definiría el papel de las redes sociales en los procesos de enseñanza-aprendizaje con adolescentes?
2. ¿Considera que TikTok puede ser una herramienta válida para fomentar el interés por la cultura y las leyendas ecuatorianas?
3. ¿De qué manera considera que TikTok puede integrarse en prácticas educomunicacionales para promover contenidos culturales como las leyendas ecuatorianas?
4. ¿Qué ventajas y desafíos identifica en el uso de TikTok como recurso pedagógico en contextos interculturales como el de Otavalo?
5. ¿Qué características debería tener un contenido educomunicacional en TikTok para ser efectivo y atractivo para los adolescentes?
6. ¿Cómo evalúa la preparación del profesorado y los centros educativos frente al uso de herramientas digitales con fines culturales?

2. Cuestionario de entrevista semiestructurada dirigida a Alexander Antamba

Experto en el área de Comunicación Digital

1. ¿Qué tipos de contenidos suelen tener mayor alcance y engagement entre los adolescentes?
2. ¿Considera que los contenidos relacionados con cultura e identidad (como leyendas o mitos) tienen cabida y potencial de viralidad en TikTok? ¿Por qué?
3. ¿Qué estrategias digitales recomendaría para producir y difundir contenido educomunicacional sobre leyendas ecuatorianas en TikTok?
4. ¿Qué papel juega la narrativa audiovisual y la brevedad del contenido en la transmisión de conocimientos culturales?
5. Desde su experiencia, ¿cuáles son los principales errores o malas prácticas al intentar comunicar contenidos culturales en redes sociales?
6. ¿Qué ventajas y desventajas identifica en el uso de TikTok como medio educomunicacional?

3. Cuestionario de entrevista dirigida al historiador Juan Morales

Experto en el área de historia y cultura

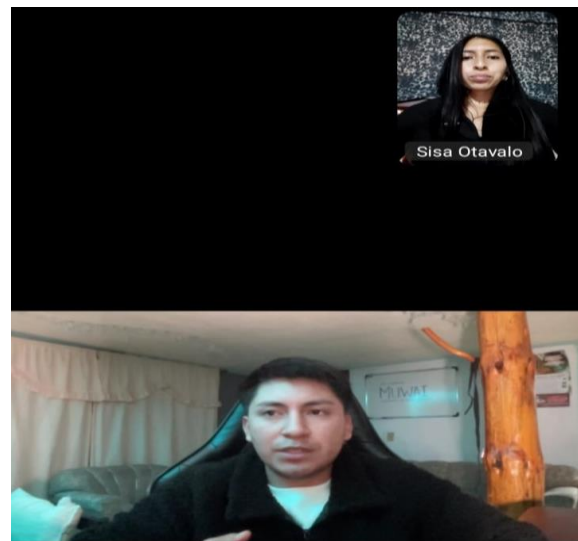
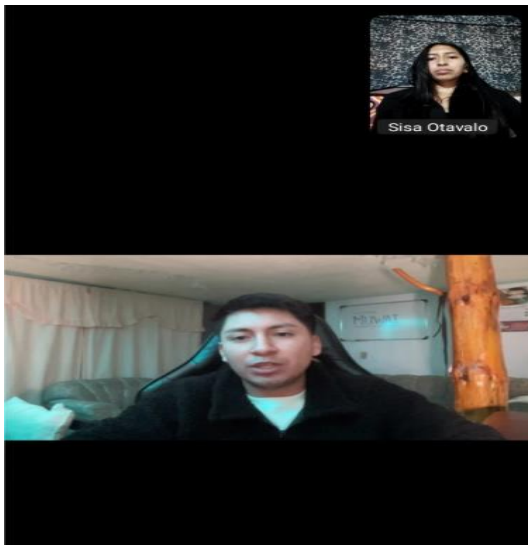
1. ¿Cuál es la importancia de las leyendas dentro del patrimonio oral e identitario del Ecuador, especialmente en comunidades como Otavalo?
2. ¿Las leyendas ecuatorianas tienen funciones educativas o de transmisión de normas sociales?
3. ¿Qué aspectos deben conservarse al momento de adaptar una leyenda tradicional a formatos modernos como TikTok?
4. ¿Cree usted que la difusión digital (en plataformas como TikTok) contribuye a la preservación o distorsión del contenido original de las leyendas? ¿Por qué?
5. ¿Qué papel pueden jugar los adolescentes en la conservación y transmisión de las leyendas si se involucran a través de medios digitales?
6. ¿Podría mencionar algunas leyendas otavaleñas o de la región que considere representativas y con potencial para ser comunicadas en medios digitales?

Evidencias de las entrevistas

- Entrevista con la Msc. Carolina Guzmán



- Entrevista al comunicador digital Alexander Antamba



- Entrevista al historiador Juan Carlos Morales Mejía



Preguntas para el grupo focal

Consumo y percepción de TikTok

1. ¿Qué tipo de contenido consumes más en TikTok?
2. ¿Habías visto antes leyendas ecuatorianas en TikTok?
3. ¿Te parecen interesantes este tipo de contenidos? ¿Por qué?

Narrativa y elementos visuales

1. ¿Cuál de los videos te llamó más la atención? ¿Qué elementos (efectos, música, voz) influyeron en eso?
2. ¿Te pareció clara la leyenda? ¿Entendiste su mensaje?
3. ¿Cuál estilo narrativo prefieres: ¿turístico, tradicional oral o narrativo visual?

Identidad y cultura

1. ¿Crees que estas leyendas representan nuestra cultura?
2. ¿Te identificas con los valores o personajes presentados en alguna de las leyendas?
3. ¿Consideras importante mantener vivas estas historias?

Aplicación educomunicacional

1. ¿Te gustaría que este tipo de contenidos se trabajen en clase?
2. ¿Este tipo de contenido te deja alguna enseñanza (identidad, valores, moral, etc.)?
3. ¿Cómo te gustaría aprender más sobre leyendas ecuatorianas (videos, dramatizaciones, cómics, juegos, etc.)?

**Cronograma del grupo focal realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa Cristiana
“Escuela del Futuro”**

Hora	Actividad	Propósito	Recursos
08:30-08:45	Recepción y registro • Firma de consentimientos	Crear clima de confianza, cubrir aspectos éticos	Fichas de consentimiento.
08:45-09:00	Dinámica rompehielo: "Leyenda que me contaron de pequeño"	Activar conocimientos previos y romper el hielo	Póster, post-its, plumones
09:00-09:10	Introducción al grupo focal Objetivo de la investigación, reglas del grupo focal (respeto, turnos de palabra, grabación), dinámica del día.	Alinear expectativas y explicar la metodología de grupo focal	Diapositiva con agenda
09:10-09:30	Proyección de TikToks seleccionados (5 videos)	Exponer a los participantes a diferentes estilos narrativos y visuales sobre leyendas ecuatorianas; generar ideas para una discusión posterior	Proyector, altavoces, videos de TikTok
09:30-09:45	Receso	Ofrecer un espacio breve de descanso que permita relajar a los participantes y mantener la energía para el grupo focal.	Refrigerio
09:45-10:45	Discusión grupal guiada (grupo focal) Obtención de datos cualitativos. Preguntas para el grupo focal Consumo y percepción de TikTok ¿Qué tipo de contenido consumes más en TikTok? ¿Habías visto antes leyendas ecuatorianas en TikTok? ¿Te parecen interesantes este tipo de contenidos? ¿Por qué? Narrativa y elementos visuales ¿Cuál de los videos te llamó más la atención? ¿Qué elementos (efectos, música, voz) influyeron en eso? ¿Te pareció clara la leyenda? ¿Entendiste su mensaje? ¿Cuál estilo narrativo prefieres: ¿tradicional oral o narrativo visual? Identidad y cultura ¿Crees que estas leyendas representan nuestra cultura?	Explorar las percepciones, emociones, comprensión cultural y efectividad educacional del contenido proyectado	Guía de preguntas, grabadora, observador con bitácora

	<p>¿Te identificas con los valores o personajes presentados en alguna de las leyendas?</p> <p>¿Consideras importante mantener vivas estas historias?</p> <p>Aplicación educomunicacional</p> <p>¿Te gustaría que este tipo de contenidos se trabajen en clase?</p> <p>¿Este tipo de contenido te deja alguna enseñanza (identidad, valores, moral, etc.)?</p> <p>¿Cómo te gustaría aprender más sobre leyendas ecuatorianas (videos, dramatizaciones, cómics, juegos, etc.)?</p>		
10:45-11:45	Despedida y refrigerio final	Fortalecer relación y agradecer participación	Snacks

Evidencia del grupo focal

Enlace: [Evidencia del grupo focal](#)

Transcripción de las entrevistas

- Entrevista dirigida a Carolina Guzmán docente de la Universidad Técnica del Norte, coordinadora de la carrera de Comunicación.

1. Desde su experiencia docente, ¿cómo definiría el papel de las redes sociales en los procesos de enseñanza-aprendizaje con adolescentes?

Considero yo que el tema de las redes sociales es ahora no una opción nada más, sino que en realidad es un tema que hay que implementarlo con un enfoque educativo tanto en adolescentes en los colegios como con jóvenes en las universidades, porque son plataformas que cuentan digamos con la aprobación con el gusto, con la afinidad con este público, entonces yo considero como tal que se vuelve en un foco muy interesante para desarrollar procesos de enseñanza y aprendizaje, migrando un tanto desde las formas tradicionales o comunes que antes teníamos o que nuestras generaciones pasamos durante el colegio pero ahora definitivamente ya no tiene que ser una clase vertical sino que se puede también generar contenido un intercambio de información de saberes tanto entre él, pero siempre con la guía del docente eso es muy importante resaltar.

2. ¿Considera que TikTok puede ser una herramienta válida para fomentar el interés por la cultura y las leyendas ecuatorianas?

Por supuesto, TikTok es una de las plataformas que ahora con este formato corto permite precisamente generar el impacto audiovisual, y claro lo que sí hay que tomar en cuenta es que el contenido que tú presentes o que tú difundas en TikTok debe gozar con todos los parámetros y los elementos necesarios, porque tenemos en TikTok demasiada información, hay demasiada producción y obviamente no todo está con una calificación alta o con una calidad excepcional, hay producciones excelentes y hay otras que uno puede detectar no es cierto, pero sí, yo creo que definitivamente sí, porque mezcla precisamente audio video formato corto, entonces como que cumple con los parámetros que básicamente este público de adolescentes le gusta consume y como te decía anteriormente lo importante es ahora adaptarse a eso.

3. ¿De qué manera considera que TikTok puede integrarse en prácticas comunicacionales para promover contenidos culturales como las leyendas ecuatorianas?

Considero que ese es un espacio que más bien quizás nosotros no le hemos sacado el provecho necesario, detecto como tal la plataforma te ofrece esa posibilidad de alcance en formato, pero hasta dónde también las instituciones educativas han logrado utilizar eso para el bien, hasta dónde también los jóvenes o los adolescentes de los colegios de nuestro país o de nuestra provincia se han interesado por crear un contenido que sea importante, porque empezamos a verlas de las redes sociales y yo creo que en la mayoría de casos las quedamos mirando como de lejos como solamente consumidores, pero cuando nos volvemos productores entonces como que yo tengo el tiktok y me sirve para estar haciendo scroll y yo me divierto viendo TikTok, entonces tenemos ese concepto, pero por qué no dejamos solo de divertirnos y vemos ahí ese campo y ese espacio para generar producción y desarrollar también como tú mencionas como con espacios o con leyendas o con fomentos de la cultura, pero con un proceso también de enseñanza aprendizaje.

4. ¿Qué ventajas y desafíos identifica en el uso de TikTok como recurso pedagógico en contextos interculturales como el de Otavalo?

Bueno es como que darle un giro cuando tú tomas particularmente el caso de Otavalo, porque hablamos también de una población importante indígena y rural, entonces habría que saber también en este sector cómo está la incidencia y cómo está el consumo de TikTok y yo entendería que hablamos de estudiantes que quizás provienen de estos sectores, pero que estudian en una zona urbana en la mayoría de los casos, entonces yo pienso que TikTok sí puede ser una plataforma que ayude, que de alguna forma promueva este contenido que tú haces referencia cultural el tema de las leyendas o de las tradiciones y que son temas que de a poco se han venido quedando no lo digamos en el olvido, pero que sí que han pasado a un segundo plano, entonces yo pienso que estas nuevas generaciones es como que vienen un tanto desinformadas hay básicamente un abandono y

una falta de incluso, de amor por nuestras raíces porque desconocemos esto y obviamente no va a ser lo mismo en que yo ponga un libro para que los adolescentes lean a que yo cree un formato audiovisual para que ellos lo mire y obviamente el video siempre se va a quedar en nosotros, siempre va a ser más fácil entonces, sí, yo creo que TikTok es justamente propicio para generar este tipo de producción que tú quieres que llegue y que lo decía antes como que se promueva este tema de una educación más transformadora más participativa.

5. ¿Qué características debería tener un contenido educomunicacional en TikTok para ser efectivo y atractivo para los adolescentes?

Bueno yo creo que esta pregunta te la pueden contestar mejor ellos, pero en modo general yo pienso que sí tiene que ser un contenido impactante, atractivo, porque lo que dije anteriormente en TikTok tenemos demasiada información es como que tenemos ese fenómeno ahora no, sobrecargamos de información como tal entonces ¿Qué puede tener mi producto que sea diferente al resto? ¿Por qué tendría que ver el adolescente mi producción?, si puede tener algo similar, no sé exactamente si existe ya o alguien que ha tenido esta iniciativa de utilizar texto para esta promoción, si no la hay pues viene a ser también un tanto más sencillo porque tú puedes instaurar esto y no tienes esa amenaza no de decir “lo hicieron mejor” o bueno “lo mío tiene este valor agregado”, pero siempre va a ser difícil digamos explorar en estos espacios, siempre va a ser difícil educar, no va a ser fácil y sobre todo cuando tienes estos públicos que son niños y adolescentes y tú tienes que necesariamente hablar como otro lenguaje, porque no sabes qué palabra puede herir o qué palabra puede ser afín o qué puede aburrirles a ellos, entonces yo me quedaría diciendo principalmente que debe ser atractivo, que debe ser una un filtro de información muy delicado, porque puede ser que una leyenda sea muy extensa pero te tienes que saber filtrar lo que exactamente quieres que se transmita para engancharle a ese público sí y a la vez que de alguna manera promueva la reacción, que sea también muy interactivo porque eso también les gusta mucho o sea para ser parte de es como que tú aprendes más cuando haces las cosas cuando formas parte de.

6. ¿Cómo evalúa la preparación del profesorado y los centros educativos frente al uso de herramientas digitales con fines culturales?

Bueno hace poco nosotros hicimos una investigación justamente en una tesis y se hablaba de esto no, de ¿Qué tan preparados están los docentes en los colegios como para empezar a utilizar las redes como un instrumento de enseñanza aprendizaje? y lamentablemente la mayoría de los profesores como que de alguna forma ponían barreras para que esto sucediera, a qué se explicaban habían algunas variables entre ellas el tema de la edad, cuando ya hay una brecha generacional obviamente ya no tienes la misma aceptación, porque no es lo mismo proponerle esto un docente que no sé está rodeando los 20 años que a un docente que esta por jubilarse y entonces entendamos que la generación de nuestros padres o de nuestros abuelos la tecnología todavía es complicada manejar para ellos, entonces ponerle a un profesor en eso por más capacitación que tenga yo

considero que siempre va a ser complejo. Entonces este tema generacional sí marca mucho eso y también había también otra forma que a veces las autoridades tampoco prestaban el apoyo necesario por temor, por cierta reserva, porque también hay que decirlo con nuestro medio de las redes se han vuelto también esa forma en que tú tienes para espiar a la gente ya, entonces dicen “no es que si ya aparece en TikTok por ejemplo van a pensar que el profesor no está dando clases” entiendes, ese tipo de cosas, entonces hay esos miedos, hay esos miedos pero pienso también que hay los docentes que están muy jovencitos que quieren más bien apostar por esto que quieren motivar a los estudiantes a esto y siempre yo he pensado que hay temas que se prestan o sea que creo que este tema de transmitir cultura, de recrear leyendas eso es muy válido, o sea hay situaciones que se van a enfocar mucho en eso y es como que ya hemos visto casos *EduTokers* que están enfocados en eso, *Youtubers* también y que básicamente transmiten, les gusta, hablan un idioma muy muy común, muy jovial y se valen de esos recursos para llegar precisamente a los adolescentes y hay muchos adolescentes que dicen “bueno yo he aprendido más de tutoriales o he aprendido más de lo que veo en TikTok que muchas veces de mi profesor porque mi profesor es muy serio, porque mi profesor siempre está mal genio o porque hay 40 estudiantes en un salón de clases” y ahí se complica por más que el profesor quiera no, todas esas variables pueden existir, pero yo pienso que sí que sobre todo dependes mucho más que de la formación como tal, porque bueno a nadie nos formaron exclusivamente con el manejo no, que hay información continua, hay capacitación que nos ayudan tanto a ver recursos digitales, hay la propia curiosidad del profesor que es muy importante también, pero sí hay que tomar en cuenta de que tiene mucho que ver el tema de la edad, el tema de la predisposición y hasta qué punto también hay profesores que nos queremos dejar ayudar y hay otros que dicen “no lo utilizamos y punto” si eso también hay que decir.

- Entrevista dirigida al historiador Juan Carlos Morales Mejía, tiene un Pregrado de Comunicación Social en la Universidad Central, Maestría en Cultura en la Universidad Andina Simón Bolívar y una especialización en historia del arte, estudió fotografía, ha publicado cerca de 40 libros y está especializado en la mitología de Ecuador, con 150 relatos y recopilados e investigados desde la Amazonía, la Costa y obviamente la zona de Imbabura y acaba de publicar una relectura de Cantuña.

1. ¿Cuál es la importancia de las leyendas dentro del patrimonio oral e identitario del Ecuador, especialmente en comunidades kichwas como Otavalo?

A ver, primero que en la mitología permite responder a situaciones de los seres humanos acerca de los orígenes pero también acerca de la muerte y permite cohesionar a una comunidad en su identidad, entonces para la cultura de Otavalo que no hay que olvidar que son Caranquis no, este señorío étnico que floreció de 1250 a 1550, es importantísimo sus mitos que voy a decirte unos tres por ejemplo, los amores del Tayta Imbabura y la Mamá Cotacachi, Los Islotes de que luego tuvieron estos amoríos, el nacimiento de la mal llamada San Pablo que se llamaba antes Imbacucha

he Ninapakcha , toda la mitología en torno a la cascada de Peguche no, porque está relacionado al ciclo agrario de la fiesta del solsticio mal llamado Inti Raymi, ya te voy a explicar por qué, porque yo no estoy de acuerdo con esas denominaciones Cusqueñas, porque nosotros tenemos nuestra propia identidad debería llamarse “Hatun Puncha”, porque hay una construcción, bueno podemos hablar más adelante una construcción falsa de la identidad, entonces cuando uno trabaja en los mitos originarios se da cuenta que estos están relacionados a lo que hasta ahora nos está pasando , por ejemplo ya nos acercamos a junio y las celebraciones de las cosechas son el agradecimiento al Tayta Imbabura y la Mama Cotacachi y no al sol, entonces por eso es importante porque la mitología no es una cosa del pasado, si no está presente en nuestra cotidianidad, por ejemplo decimos cómo somos una cultura animista se llama esto quiere decir que le damos categorías humanas a cosas inanimadas entonces por ejemplo decimos “No pues es que la montaña ya está enojada” si, eso es la mitología entonces la mitología está presente en la vida cotidiana cuando nosotros vamos a cosechar el maíz que es el producto emblemático de Imbabura, está presente toda la mitología entonces es fundamental porque un pueblo sin mitología sin memoria es un pueblo muy fácil de alienar no y como decía Gramsci de caer en la hegemonía cultural qué significa esto que uno termina bailando y eso pasa bailando con Mickey Mouse en vez de saber quién quiénes son los Chuzalongos, eso nomas.

2. ¿Las leyendas ecuatorianas tienen funciones educativas o de transmisión de normas sociales?

Las dos cosas, si bien en su primer momento la mitología sirve para esta transmisión de tipo social eso no quita que en nuestra currícula podamos nosotros aprender, mira yo tengo aquí libros de los Mitos Griegos y todo, y eso se enseñan en los en las escuelas de Europa y obviamente sí sé por qué nos enseña acá y esto se debe a un primero un profundo racismo, a un profundo hecho de exclusión de nuestra propia identidad, tenemos vergüenza de ser lo que somos, entonces en ese libro que tengo de Imbabura, yo le recuperé en un mimeografiado en un Instituto de Otavalo perdido ya, entonces tenemos un desconocimiento hacia nuestras raíces y eso les pasa a todos los pueblos no es nada no es nada del otro mundo, pero tenemos que trabajar en esta cuestión, ¿ Por qué? porque el mito cohesionaba una comunidad, entonces cuando se crea por ejemplo que pena decirlo lo de Otavalo, pero han construido una identidad falsa en torno a lo inca se creen incas no, tienen el Pawkar Raymi, Sisa Raymi, eso es Cusqueño, si tú ves las investigaciones de hace 20 años en ninguna parte la palabra Inti Raymi, es un invento un invento de las élites indígenas otavaleñas y eso no quiere decir que la fiesta es milenaria, pero no se llama así, no es a la adoración al sol, es a la adoración al Tayta Imbabura y a la Mama Cotacachi, entonces cuando existe esta ignorancia y cuando se crean estas comunidades falsas estos imaginarios falsos la cultura no resiste porque se está inventando no, entonces hay que volver a los orígenes, tengo un libro de los Caranquis que escribí y ellos construyeron por ejemplo 5.000 tolas, claro si nos creemos Incas y quieren destruir una Tola a nosotros no nos importa porque no sabemos esos orígenes, es lo propio que les pasó al mundo mestizo que en un momento se sigue no, hay gente y hay comunidades ciertos estratos que se creen españoles, entonces claro en las fiestas de Quito tú tenías bailando el

Cante Jondo que es la música de Andalucía no, tomando vino que nunca han tomado y comiendo Paella, entonces así les está pasando, porque si tú pones en TikTok en internet el Inti Raymi Cusqueño es una fiesta militar ya es una fiesta militar en el sentido de que están ovacionando o haciendo loas al inca, aquí no, es una fiesta comunitaria esa nomas es la gran diferencia, por eso es curioso no, se alaba tanto a la cruz a la chacana, la chacana representa la constelación del sur, nosotros estamos en el hemisferio norte, acá es la constelación de orión, es el mono de la cultura Cuasmal no, porque ellos al igual que los que el mundo antiguo veía Sagitario, Tauro, aquí también los pueblos veían monos veían en las constelaciones, entonces aquí estamos bailando una con una cruz que ni siquiera nos pertenece que ni siquiera tenemos la constelación del sur bueno yo he estado en Argentina allá si hay la constelación del sur y he estado en Perú, pero aquí no se puede ni ver , entonces estamos bailando, esa es la invención de la tradición.

3. ¿Qué aspectos deben conservarse al momento de adaptar una leyenda tradicional a formatos modernos como TikTok?

A mí me parece muy interesante los nuevos formatos, porque son como yo digo solamente soportes, cuando se crea la imprenta de Gutenberg los libros se hacían de manera manual entonces hacía mil libros cada ciclo, porque tenías que ser a mano y cuando se crea dijeron “No que se va a acabar los libros” no pues, eso hizo una expansión, luego cuando se crea la radio también dijeron ”No pues entonces el libro va a morir”, no pasó nada, luego la televisión y el cine, así mismo no es que porque existe el TikTok va a desaparecer el libro, pero aquí hay que tener cuidado, porque una cosa es la oralidad y otra cosa son los formatos no, entonces por ejemplo cuando yo hay varias formas no de reescribir una mitología de algo que ya está escrito, pero también cuando uno conversa con la gente esa es la oralidad y hay que estudiar al menos un poco lo que significa la estructura del mito no, porque el mito tiene unas pequeñas cosas que se llaman mitemas no, te voy a poner un mito europeo, por ejemplo Caperucita roja, está Caperucita roja saliendo de la casa no es cierto, un mitema sería cuando se encuentra con el lobo en el bosque, otro mitema sería cuando el lobo se adelanta y se come a la abuelita, otro mitema el más importante cuando Caperucita encuentra al lobo disfrazado de abuelita y el otro mitema es cuando ya el cazador le atrapa al lobo y lo mata, esos son los mitema pero si tú en TikTok quitas uno de esos mitemas no se va a entender el mito, entonces por eso hay que construir un guion muy bien hecho, porque lamentablemente aquí tenemos tales *youtubers* y unos *influencers* que son terribles esos son peor que la bomba atómica como dice Chomsky “los medios de comunicación son como la bomba atómica porque destruyen el cerebro” dice él, entonces le hacen un gravísimo daño porque no completan, es como que te diga para usar esta analogía te voy a contar la historia de Caperucita roja y solo me quedo en el bosque, te das cuenta, entonces tiene que tener mucha seriedad las personas que hacen estos contenidos, porque es como un libro o periódico, cualquiera puede escribir un libro o tiene que ser un libro bueno y además ser responsable porque tú estás comunicando algo de tu comunidad ya, por eso muchas veces yo realmente les tengo mucho cuidado a estos *influencers* a los malos porque hay buenos también porque empiezan a contarte cosas falsas, recién vino un chico ya no sé ni el nombre y claro muchas veces lo que Naomi Klein habla están basados en los patrocinadores,

entonces si una hostería los auspicia entonces ahí le hacen aparecer al duende sin ningún problema, el otro día vino un chico y estuve en la Merced y se fue a servirse unos mote y dijo que ahí era el mote tradicional, no, eso es desconocer a toda la gente de Natabuela y de los Óvalos que hace el mote, así nomás, entonces no puedes decir una cosa que es falsa sin investigación histórica, entonces hay que tener mucha rigurosidad histórica trabajar en guiones porque el grave problema del Ecuador es que los mismos que hacen los videos hacen música, son editores y hablan, yo no entiendo eso osea tienen que trabajar cada uno en su oficio y ser muy rigurosos, no importa que no te visiten por no sacarte la camiseta 3000 personas pero eso es preferible porque eso va a durar no, porque tenemos lo que se llama la alta cultura, la cultura de masas y la cultura popular, nosotros pertenecemos a los dos puntos pero los *influencers* pertenecen a la cultura de masas que es donde está el dinero ya, pero eso siempre trae lo efímero en cambio lo otro trae lo trascendente, trae la memoria.

4. ¿Cree usted que la difusión digital (en plataformas como TikTok) contribuye a la preservación o distorsión del contenido original de las leyendas? ¿Por qué?

Bien hecho contribuye, mal hecho es una algo terrible, entonces a mí sí me parece como te digo que hay que hay que hacerlo no hay que tenerle miedo, tengo por ahí un libro que lo puede citar se llama de Humberto Eco se llama “Apocalípticos e integrados” qué significa eso, que hay gente que es apocalíptica que te va a decir “No como va ser posible, que es eso del TikTok, es chino, eso es banalizar a la cultura tal” y hay otros que como yo somos integrados que decimos “Si hay que apoyar” porque eso es lo que pasaba al cine tenía mucho desprecio la televisión un actor no podía ser de televisión porque eso era banal ya, pero ahora entiendes que Netflix y todo eso vos no asistir ir al cine, entonces hay que cambiar también la visión contemporánea porque en definitiva el mensaje es el que vale, yo mismo he hecho para Cantuña en TikTok y hecho la el Gigante y las Lagunas para YouTube por ejemplo esa creo que tiene 25,000 visitas, tiene más visitas que los 1000 ejemplares que donde está la leyenda, te das cuenta entonces exponencialmente es súper importante, porque no hay que pensar que el TikTok es lo último eso es el enganche para que lean, para que visiten las comunidades, para que construyan la oralidad, solo son un detalle hay que construir entonces también los talleres de respeto a los abuelos, porque los niños los nietos tienen que acercarse a los abuelos ahí está la oralidad la sabiduría porque no te olvides que nuestras para bien o para mal nuestras comunidades tanto afros como indígenas son muy orales, no tienen la escritura ya, la única cosa que se ha traducido al Kichwa es la Biblia y El Principito y muy poquitas cosas, entonces no hay que tenerle miedo porque ahí otra vez no, “Que cómo la oralidad” a mí me han dicho no que por qué por poco ya estoy escribiendo los libros de los que me contaron, entonces se pierde nomas pues, ahí tienes un libro de la Odisea de Homero, cuando se escribió ese libro los poetas los juglares después estaba en verso, ¿Por qué? porque decían de memoria, esa es la realidad de los griegos que empezó primero en la mitología en la oralidad, entonces nosotros no tenemos no tenemos que tener miedo a las estructuras del mito, yo mismo he hecho un poema de Cantuña y está grabado de manera en recitación pero es una de las partes para preservar la memoria.

5. ¿Qué papel pueden jugar los adolescentes en la conservación y transmisión de las leyendas si se involucran a través de medios digitales?

Va a ser muy importante porque mira eso es lo que sería un tema de estudio muy lindo también, porque a mí me parece que para hablar de Otavalo ahora la gente algunos indígenas muchachas más que todo se muestran orgullosas de sus trajes, eso hace 10 años no era no era así, entonces los medios han visibilizado y han mostrado, mira uno de los temas más visitados de YouTube es la canción grabada en Cayambe Juyayay, yo estoy en desacuerdo en donde fue grabado porque graban en una hacienda del patrón, o sea todo tiene un símbolo de los Bonifáz encima y debieron haber grabado en las comunidades, es un grave error de esa afirmación y el otro error es llamar Inti Raymi, pero está bien esta visitado tampoco uno se va a poner exquisito.

6. ¿Podría mencionar algunas leyendas otavaleñas o de la región que considere representativas y con potencial para ser comunicadas en medios digitales?

Sí hay muchísimas, primero hagamos una diferenciación yo les llamo mitologías, ¿Por qué? porque tenía mi profesora Andrés Roy, que él decía por qué los europeos, los griegos tienen mitos por ejemplo y nosotros solo leyendas o tradiciones no pues lo nuestro también es mitología, entonces yo insisto en llamar mitologías porque sino uno termina pensando que lo nuestro son como de segunda clase y los amores del Tayta Imbabura y Mama Cotacachi son construcciones mitológicas del pueblo Caranqui y las leyendas digamos serían más como construcciones de las comunidades y todo, pero sí es importante llamarles mitologías, por eso yo pongo Imbabura mitologías, no pongo como antes “leyendas y tradiciones y costumbres” no no no, hasta de eso no hay que tener vergüenza, entonces tienes para la comunidad de Otavalo, a ver la cosmogonía es una palabra muy muy interesante que significa que es la visión del mundo de una comunidad, entonces los amores del Tayta Imbabura es la cosmogonía de Otavalo, primero hay que hacer una diferenciación Otavalo es el pueblo Caranqui, no el Caranqui de aquí sino los Caranquis es un señorío étnico que floreció del 1250 a 1550 y era desde el Valle del Chota hasta Guayabamba, todos esos son Caranquis hasta y construyeron 5000 tolas y dominaron el maíz, que pasa la gente de Otavalo también por esta construcción errada se cree que son Otavalos Otavalo era el nombre de un cacique, son Caranquis y una de las partes importantes es San Rafael de la laguna y tienen la geografía sagrada de San Juan capilla que se conecta al lago San Pablo o sea pero claro hay un profundo desconocimiento no por culpa de la de las comunidades sino por el sistema educativo impositivo que nos ha puesto una mirada muy eurocéntrica que nos han hecho loas al que nos invadió y no a nuestros pueblos originarios, entonces tu pregunta es súper válida porque gracias a eso a las nuevas tecnologías pero haciéndolo bien nosotros podemos conocer nuestras mitos, entonces por ejemplo solo te va a citar algunos los Amores del Tayta Imbabura y la Mamá Cotacachi, la deidad más importante de Imbabura es el Tayta Imbabura y la Mamá Cotacachi, porque son deidades de femenino y masculino, luego tienes el gigante y las lagunas, así como eso investigar mucho yo así cada pueblo tiene sus gigantes, entonces por ejemplo en el mundo griego tienes los titanes, en Galdamesh por ahí tengo en Mesopotamia también tiene los gigantes, tienes David y Goliat, Goliat es el gigante entonces todos los pueblos en algún momento tiene a los

gigantes, nosotros tenemos dos uno los gigantes de la península de Santa Elena y otro El gigante de Imbabura, mira qué maravilla pero tan pocos lo conocen, luego tienes todo lo que tiene que ver con la geografía por ejemplo el cuichi, el cuichi es el arcoiris y luego tienes personajes como la chificha y tienes El Chuzalongo, chuza es pequeño, longo pequeño joven, que cuida al Tayta Imbabura, es que todo está relacionado ¿dónde está el sol en los mitos?, no hay, entonces a mí cuando me dicen “No es que el Inti Raymi” ¿Qué mito hay del Inti Raymi aquí en Imbabura?, no hay, porque no te olvides que los Incas solo vivieron 90 años y de los cuales el norte del país en nuestra región solo estuvieron 30 de los cuales 17 estuvieron peleando y mataron 20 000 Caranquis, o sea mataron a los abuelos de los que ahora bailan el Inti Raymi o sea con el nombre me refiero, así nomas. O sea que se creen Incas y sus abuelos fueron muertos aquí en la laguna de Yahuarcocha, bueno tienes el Aya Huma que es parte de la fiestas también tiene su mito, tienes después mitos ya más regionales por ejemplo todo lo que tiene que ver con la cascada Peguche ¿Por qué? porque el Tayta Imbabura y la Mamá Cotacachi tiene deidades del agua, entonces dentro de esas deidades hay mitos te voy a decir en Kichwa, fakcha-cascada, hatun yaku- río, el pogllo ahí hay los duendes y en las cucas o cochas las lagunas también hay leyendas, entonces por ejemplo hay la leyenda de la Nina Pakcha, de la Laguna de San Pablo y tienes leyendas de Mojanda, tienes que ver que toda la geografía de Caranqui está llena de leyendas y eso no sabemos entonces es súper importante que esté en tik Tok

- Entrevista dirigida al comunicador digital Alexander Antamba, se dedica a la producción audiovisual, tanto contenido para marcas pequeñas y también para marcas grandes.

1. ¿Qué tipos de contenidos suelen tener mayor alcance y engagement éntrelos adolescentes?

Los contenidos que usualmente tienen más alcance y más engagement sería sobre todo en los como ahorita comúnmente están los bailes en TikTok, tal vez hay algún contenido de lo que son comedia y todo ese contenido que a la final siento que es un poco más interactivo y siento que la gente le hace, se podría decir divertirse reírse siento que es lo que se está moviendo un poco más en tik Tok

2. ¿Considera que los contenidos relacionados con cultura e identidad (como leyendas o mitos) tienen cabida y potencial de viralidad en TikTok? ¿Por qué?

Yo creo que en cuanto a la viralidad sobre todo en lo que son leyendas culturales y todo eso siento que no hay contenido que se ha creado aún y que no se ha vuelto viral, porque siento que ese contenido como es un poco más largo y la plataforma en TikTok es como para contenidos cortos siento que no tiene tanta retención, entonces y siento que también como las historias leyendas son como les digo son largas siento que eso está destinado para otra plataforma.

3. ¿Qué estrategias digitales recomendaría para producir y difundir contenido educativo sobre leyendas ecuatorianas en TikTok

Yo la estrategia que utilizaría para poder hacer que la gente conozca de las leyendas culturales, de los pueblos, mi estrategia sería poder subir contenido corto relevante en TikTok como quedando una breve introducción o de algo importante para así luego llevarlos a plataformas un poco más como *YouTube*, porque ahí se puede reproducir videos más largos y la gente ve ahí contenido de aventura, de leyendas, de películas, de todo eso, entonces siento que de esa estrategia y haciendo cortos pequeños que llamen la atención para retener al cliente o al visitante pues para llevar a la plataforma donde se reproduciría el video completo.

4. ¿Qué papel juega la narrativa audiovisual y la brevedad del contenido en la transmisión de conocimientos culturales?

Yo creo que la narrativa audiovisual juega un papel muy importante, porque desde ahí es donde parte todo la cómo se podría decir, la atención al público porque si construimos una narrativa lineal es un poco más contar la historia de forma directa y también si construimos, y también siento que la narrativa sobre todo de testimonios de la gente, del pueblo en las culturas siento que llama mucho la atención porque conecta más con las personas y siento que de esas dos maneras la narrativa lineal y la narrativa de testimonios siento que juega un papel muy importante al momento de construir leyendas.

5. Desde su experiencia, ¿cuáles son los principales errores o malas prácticas al intentar comunicar contenidos culturales en redes sociales?

Yo creo que desde mi experiencia, bueno he visto que a la que a la final siento que a las culturas muchas veces lo tratan de hacer como comedias, entonces siento que desde ahí ya es un punto muy malo que la misma gente de las comunidades, de los pueblos indígenas, de las culturas hagan eso por simple el hecho de poder crear o tener vistas en sobre todo en la plataforma de TikTok y siento que eso es muy malo, porque a la final estás como que poniéndote se podría decir haciendo un meme a tu propia cultura y siento que muchas personas en esto el mundo de TikTok sobre todo lo hacen de esa manera y en algunas culturas se ha visto la verdad, entonces siento que eso es una muy mala comunicación de poder mostrar la cultura y creo que se debería cambiar.

6. ¿Qué ventajas y desventajas identifica en el uso de TikTok como medio comunicacional?

Las ventajas que yo puedo ver en la plataforma de TikTok para poder comunicar lo que es la cultura y todo eso siento que es muy buena, porque en TikTok justamente puedes llegar a un público más grande porque es la plataforma líder que ahorita está moviendo mucha gente, siento que los contenidos de ahí son muy buenos para comunicar cualquier noticia, para dar a conocer cualquier cultura, para dar a conocerte tú mismo, para dar a conocer lo que haces en el trabajo y todo eso, entonces siento que esa sería una ventaja que es mucho más fácil subir el contenido en TikTok para que más gente te conozca y conozca tu cultura y siento que la desventaja también de utilizar esta plataforma como les decía y justamente es que hay mucha gente lo hace simplemente

por conseguir vistas y no y sobre todo en las culturas se ha visto que no respetan lo que son lo que las raíces que tienen en sus pueblos, entonces siento que esta es una desventaja también, porque como mucho, cómo se podría decir, es mucha también la desventaja es mucho que hay mucha gente que hace malos comentarios y creo que también así es como es una desventaja tanto para las personas que no son mentalmente fuertes de las culturas les comienzan a insultar y todo eso y siento que hay mucho, mucho comentario malo, entonces creo que esas serían las desventajas que podría haber en comunicar alguna cultura y todo esto.

Transcripción del grupo focal

- Para la investigación sobre la percepción y consumo de leyendas ecuatorianas en adolescentes del cantón Otavalo, se eligió a 9 estudiantes de la Unidad Educativa Escuela del Futuro, con una edad estimada de 15 a 18 años.

1. ¿Qué tipo de contenido consumes más en TikTok?

E1: "Contenido de carros, fútbol, a veces baile y contenido de superación"

E2: "maquillaje, anime, metal y rock"

E3: "Bailes, comedia y maquillaje"

2. ¿Habían visto leyendas ecuatorianas en Tiktok?

E4: ¿Digo si o no?

E4: La leyenda de la iglesia de Quito esa grande, esa se Cantuña, eso

E2: No

3. ¿Te parece interesante este tipo de contenido?

E5: O sea si porque podemos saber acerca de lo que era en la antigüedad.

E6: O sea si porque los estudiantes podrían aprender y los jóvenes también de algunas historias que hoy en día o leyendas que se han estado olvidando con el tiempo

E2: Si, porque nos ayuda a enriquecernos más sobre nuestras leyendas de nuestra ciudad

E7: Si me parece muy interesante, mediante yo me voy, así como informando de la comunidad dependiendo de las historias o leyendas que hayan pasado y también es muy interesante, uno mismo también estamos informándonos más, nosotros podíamos simplemente informar a nuestros seres, familiares o a nuestros seres queridos que están alrededor de nosotros.

4. ¿Cuál de los vídeos te llamó más la atención y que elementos como texto, voz, música, influyeron más?

E2: Lo que influyó más fue la animación de IA, ya que me daba más imaginación de la leyenda, d la voz creo que no no están a muy bien porque para entender mejor deberían estar diferentes personas

E8: el que más me llamo la atención es un poco el que se hace con personajes reales porque o sea siento que representa la historia verdadera y siento que nos acoge un poco más a la realidad de lo que pasó en la leyenda.

E6: Me gustó el que era de IA, se veían como de imágenes reales

E7: El vídeo que más me llamó la atención fue el de Esmeraldas ya que al utilizar la inteligencia artificial ayuda principalmente al creador del vídeo a expresar realmente de manera más fácil directamente lo que es la leyenda ya que a la inteligencia artificial tú tienes la facilidad de ordenarle y decirle exactamente lo que tú quieres expresar, los escenarios, lo más acercado a la realidad, lo más posible, otro elemento que me gustó mucho es el texto ya que también le da un enfoque centrado al vídeo, ya que son tres tipos de maneras de aprendizaje, uno sería el visual, el auditivo, la imagen, la captación mismo.

5. ¿Te pareció clara la leyenda? ¿Entendiste su mensaje?

E9: La del Yamor, clara si me pareció, pero el mensaje no lo tengo muy clara

E6: Si, si entendí perfectamente, eso que parecía el amarre que le estaba haciendo, ¿cómo era? La chica del Yamor, me pareció muy interesante también le capte todo lo que está diciendo ahí perfectamente, pero había unas cosas que no compaginaban así fácilmente, pero yo en mi persona le tomé como que simplemente como un amarre que le está haciendo oprimiendo al hombre, como sería esa palabra, hacer simplemente lo que está haciendo la voluntad de la mujer nada más y simplemente es casi como una obligación que le está haciendo al hombre, no es como que casi lo está sintiendo y eso me pareció nada más.

E7: Si, si, como dije antes los elementos que se utilizan para el video son elementos que te ayudan a entender mejor la leyenda su esencia, en el caso de la leyenda del Patacoré, se entiende mucho el mensaje ya que cuando lo voy a asociar más a la realidad, cuando una persona digamos sin conocer a alguien ya sea en una fiesta o en un lugar público y dialoga directamente con él, te tiras al azar digámoslo así, tientes a la suerte, porque no sabes cómo es la persona, no sabes lo que te puede hacer, no sabes si es persona es confiable o no, en el mundo de la actualidad podríamos decirlo que no sabe si la persona tiene buenas o malas intenciones o simplemente es formar relaciones amistosas

6. ¿Cuál estilo narrativo prefieres, turístico, tradicional, oral o narrativo visual?

E5: Más narrativo visual, porque me indican imágenes y a la vez me indica el texto y también voy entendiendo

E2: Narrativo visual, porque nos van indicando imágenes, hablando y mediante las imágenes nos damos cuenta de cómo va la historia

7. ¿Crees que estás leyendas representan nuestra cultura?

E3: Si, porque o sea normalmente nos están enseñando más en nuestra cultura cosa que la gente tal vez está perdiendo esas tradiciones de cómo son, cómo se crearon, son contradictorias, esas cosas.

E5: Muchas veces depende de la leyenda diría en mi perspectiva, porque hay leyendas que en verdad representan un momento histórico de la cultura, pero hay leyendas que le meten mucha fantasía, mucha ideología que muchas veces no es correcta o no se asocia a la realidad.

E6: Si dependiendo de la comunidad también pues, porque ya aquí como la comunidad de acá, simplemente nos está representando como ese del Aya Huma mismo, nosotros estamos viéndole y vemos la perspectiva de todo eso, pero no, no sabría qué decir, pero eso nomas por el momento.

E9: Si, porque en algunas leyendas que he visto nos indican hechos históricos que han pasado y cómo se han ido formando algunas cosas.

E2: Si, porque también nos indican como dijo mi compañera cosas del pasado que nos puedan interesar también

8. ¿Te identificas con los valores o personajes presentados en algunas de las leyendas?

E3: No

E4: No

E1: No

9. ¿Consideras importante mantener vivas estas historias?

E4: O sea si, por que, mediante estas historias, o sea como dije, podríamos saber lo del pasado y tener en cuenta lo que había pasado en años anteriores.

E2: Considero que, si es bueno mantener vivas las historias, ya que le dan un significado bonito, por ejemplo, lo que es la chicha del Yamor le da un significado bonito y sería como una enseñanza para un niño.

E9: Si, porque con esas leyendas vamos teniendo más conocimiento

10. ¿Te gustaría que este tipo de contenido se trabajen en clase?

E5: Si, porque podemos aprender más cosas

E4, Si, porque esto tal vez les ayuda a los niños a ver más de nuestras culturas y las historias

E3: Si, porque o sea nos darían nuevas enseñanza y nuevos conocimientos a largo plazo

11. ¿Este tipo de contenido te deja alguna enseñanza de identidad, valor o moral?

E1: Si, porque son leyendas que pertenecen al Ecuador y porque así vamos conociendo y enseñando que cada lugar, cada ciudad, tiene su leyenda cualquier leyenda conocida y como el del Aya Huma, yo no sabía de donde sacaba las máscaras y ahora de la leyenda ya sé de dónde sacan esas mascararas

E7: Si, muchas veces este tipo de contenido nos da una idea digamos o no directa de una experiencia de un momento donde muchas veces hay un conflicto y nos dice que podemos nosotros evitar en la misma situación, por ejemplo, el caso del Patacoré, al exponerse a abrir las puertas a un desconocido sin saber ni si quiera de donde proviene, muchas veces te puedes caer en una trampa, puedes caer en las manos de una persona que posiblemente no tenga tus mismos valores y solamente quiera hacerte el mal.

12. ¿Cómo te gustaría aprender más sobre las leyendas ecuatorianas?

E2: A través de dramatizaciones ya que es un poco más realistas a la leyenda

E5: Mediante videos, porque ahí nos explica como paso y como sucedió

E6: Según mi punto de vista me gustaría aprender mediante juegos porque ahí compartiríamos mediante todas las personas que están alrededor de nosotros y además tomaríamos como que más en cuenta nuestra atención y también aprenderíamos más si nos divirtiéramos.