





**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

Análisis de contenido de los influencers indígenas en la plataforma TikTok y su impacto en los jóvenes de 18 a 21 años de la carrera de comunicación de la UNACH periodo julio –diciembre 2022

Trabajo de titulación para optar al título de Licenciado en Comunicación

**Autor**

Diego Fernando Brito Brito

**Tutor**

Mgs. Guillermo Zambrano

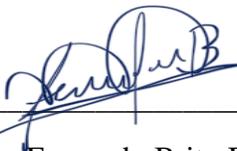
Riobamba, Ecuador. 2023

## DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, **Diego Fernando Brito Brito**, con cédula de ciudadanía **0603979477**, autor del trabajo de investigación titulado: **Análisis de contenido de los influencers indígenas en la plataforma TikTok y el impacto en los jóvenes de 18 a 21 años de la carrera de comunicación de la UNACH periodo julio – diciembre 2022**, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 13 de diciembre de 2023.



Diego Fernando Brito Brito

C.I: 0603979477

## DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, MsC. Guillermo Zambrano catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: **Análisis de contenido de los influencers indígenas en la plataforma TikTok y su impacto en los jóvenes de 18 a 21 años de la carrera de Comunicación de la UNACH periodo julio –diciembre 2022**, bajo la autoría de **Diego Fernando Brito Brito**; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 28 días del mes de noviembre de 2023



Firmado electrónicamente por:  
RAUL GUILLERMO  
ZAMBRANO PONTON

---

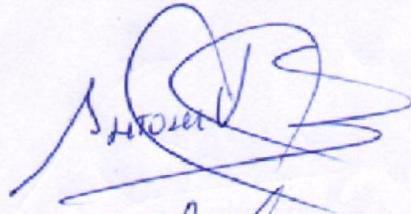
Mgs. Guillermo Zambrano

## CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

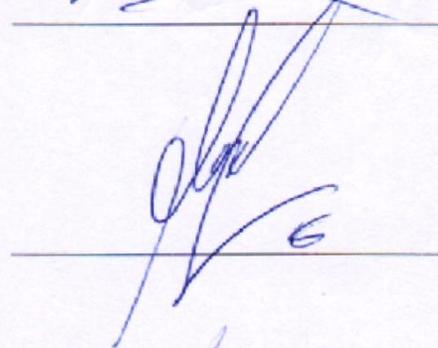
Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación **Análisis de contenido de los influencers indígenas en la plataforma TikTok y el impacto en los jóvenes de 18 a 21 años de la carrera de comunicación de la UNACH periodo julio – diciembre 2022**, presentado por **Diego Fernando Brito Brito**, con cédula de identidad número **0603979477**, bajo la tutoría de **Mg. Guillermo Zambrano**; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 13 de diciembre de 2023

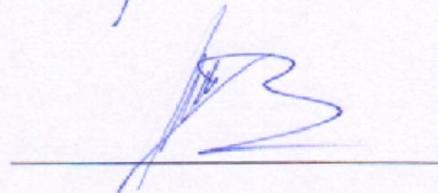
Anthony Vaca /Mgs.  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO**



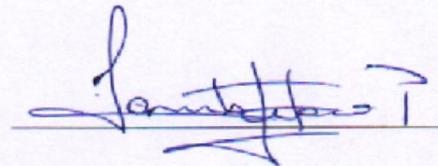
Galo Vasconez /Mgs.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**



Hernán Pillajo /Mgs.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**



Guillermo Zambrano/ Mgs.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**





DIRECCIÓN ACADÉMICA  
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-02.09

# CERTIFICACIÓN

Que, **Diego Fernando Brito Brito** con CC: **0603979477**, estudiante de la Carrera de **COMUNICACION**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**: ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LOS INFLUENCERS INDÍGENAS EN LA PLATAFORMA TIKTOK Y EL IMPACTO EN LOS JÓVENES DE 18 A 21 AÑOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN DE LA UNACH PERIODO JULIO-DICIEMBRE 2022", que corresponde al dominio científico **DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y EDUCATIVO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIONALIDAD DEMOCRATICA Y CIUDADANA** y alineado a la línea de investigación **COMUNICACIÓN Y CULTURA**, cumple con el 4%, reportado en el sistema Antiplagio Urkund, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 30 de noviembre de 2023



Firmado electrónicamente por:  
**RAUL GUILLERMO  
ZAMBRANO PONTON**

---

Mgs. Guillermo Zambrano  
TUTOR

## **Dedicatoria**

Primero doy gracias a Dios por ser mi guía de la vida, dándome la fuerza y fortaleza que he necesitado para lograr mis objetivos.

Por mí, por no haberme rendido, por ser constante en lo que realizo y en lo que me proyecto.

A mis padres, Johana Brito y Diego Brito que han sido un apoyo incondicional por sus buenos consejos en donde han sabido alentarme a ser mejor y a que siga adelante, y con su sabiduría me han enseñado como es la vida y lo dura que puede ser.

A mis hermanos, Javier Brito y Dorian Brito por ser parte de mi vida quienes han sido mis verdaderos y mejores amigos, compartiendo mis logros y mis fracasos.

## **Agradecimiento**

La culminación de este trabajo investigativo es grato expresar mis sinceros agradecimientos.

Primero a Dios, luego a mi Universidad Nacional de Chimborazo siendo la casa de mi aprendizaje, también a los diferentes docentes de la Carrera de Comunicación de la UNACH quienes me han formado en el proceso académico compartiendo sus conocimientos y sus sabidurías

A mi familia, porque les debo tanto en esta vida por su apoyo incondicional, amor y confianza, no estaría aquí experimentando este ciclo de vida y por ello les agradezco.

## INDICE

<b>RESUMEN</b>	14
<b>ABSTRACT</b>	15
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.</b>	15
<b>1.2. Planteamiento del Problema.</b>	11
<b>1.3. Formulación del problema.</b>	12
<b>1.4. Objetivos.</b>	12
<b>1.4.1. Objetivo General.</b>	12
<b>1.4.2. Objetivos Específicos.</b>	12
<b>CAPITULO II MARCO TEÓRICO</b>	13
<b>2.1. Estado del arte.</b>	13
<b>2.2. Fundamentación Teórica.</b>	14
<b>2.3. Comunicación.</b>	14
<b>2.4. Teorías de la comunicación.</b>	15
<b>2.5. Comunicación digital.</b>	16
<b>2.6. Redes sociales.</b>	16
<b>2.7. Tipos de redes sociales.</b>	17
<b>2.8. Tiktok y su influencia.</b>	19
<b>2.9. Cultura.</b>	20
<b>2.10. Influencia y cultura.</b>	21
<b>2.11. Cultura indígena.</b>	22
<b>2.12. Posicionamiento de la cultura indígena.</b>	22
<b>Capitulo III MARCO METODOLÓGICO</b>	23
<b>3.1. Método de investigación.</b>	23
<b>3.2. Tipo de investigación.</b>	23
<b>3.3. Análisis de Contenido.</b>	23
<b>3.4. Según la finalidad.</b>	24
<b>3.5. Según el alcance temporal.</b>	24
<b>3.6. Según la profundidad.</b>	24

<b>3.7. Según la amplitud.</b>	24
<b>3.8. Según el carácter.</b>	25
<b>3.9. Según las fuentes.</b>	25
<b>3.10. Diseño de la investigación.</b>	25
<b>3.11. Población y muestra.</b>	26
<b>3.12. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.</b>	28
<b>3.12.1. Técnicas.</b>	28
<b>3.13. Instrumentos</b>	30
<b>3.14. Variables.</b>	32
<b>3.14.1 Variable independiente.</b>	32
<b>3.14.2. Variable dependiente.</b>	32
<b>3.15. Operacionalización de variables.</b>	32
<b>CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.</b>	33
<b>4.1. Encuesta.</b>	33
<b>4.2 Análisis de contenido</b>	44
<b>4.3. Entrevistas.</b>	54
<b>4.4. Revisión documental de la investigación.</b>	69
<b>4.5. Discusión de Resultados.</b>	79
<b>CAPÍTULO V. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES</b>	86
<b>5.1. Conclusiones.</b>	86
<b>5.2. Recomendaciones.</b>	87
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	88
<b>ANEXOS</b>	94
	102

## RESUMEN

En la presente investigación el propósito es conocer acerca de los contenidos de los influencers indígenas ecuatorianos dentro de la plataforma TikTok y el impacto en los jóvenes de 18 a 21 años de la carrera de comunicación en donde se da a entender que la participación de la cultura indígena proyecta a que sea visualizada en su parte cultural dentro de la plataforma TikTok, dando a conocer sus características. TikTok se ha vuelto como herramienta comunicacional e incluso tiende a que los usuarios sean parte de ese círculo digital.

Se utilizó una matriz de análisis de contenido en donde se vinculó a tres influencers como Leonardo Sefla, Nathaly Pilamunga y Elizabeth Guaminga con el objetivo principal de un análisis ya que se procede a entender sus aspectos culturales. La segunda herramienta utilizada es la encuesta, es una forma donde parte de la minería de opiniones de los 369 estudiantes. Otro apoyo, es de las dos entrevistas, hacia un experto en redes sociales y al influencers seleccionado para que den su punto de vista acerca de las redes sociales, los contenidos y la influencia que existe en un contenido de TikTok.

Los resultados obtenidos dieron a conocer que los contenidos de los influencers indígenas ecuatorianos si influyen en los jóvenes por medio de características culturales y también por la realización de un contenido de calidad y con ello se demuestra que existe gran interacción de consumo de los contenidos.

***Palabras clave:*** comunicación, contenidos, influencers indígenas, TikTok, interacción.

## ABSTRACT

In the present investigation, the purpose is to learn about the content of Ecuadorian indigenous influencers within the TikTok platform and the impact on young people between 18 and 21 years of age of the communication career where it is implied that the participation of culture indigenous project to be visualized in its cultural part within the TikTok platform, making its characteristics known. TikTok has become a communication tool and even tends to make users part of that digital circle.

A content analysis matrix was used where three influencers such as Leonardo Sefla, Nathaly Pilamunga and Elizabeth Guaminga were linked with the main objective of an analysis since they proceeded to understand their cultural aspects. The second tool used is the survey, it is a form where the opinions of the 369 students are extracted. Another support is from the two interviews, towards a social media expert and the selected influencer so that they can give their point of view about social networks, the content and the influence that exists in Tiktok content.

The results obtained revealed that the content of Ecuadorian indigenous influencers does influence young people through cultural characteristics and also through the creation of quality content and with this it is demonstrated that there is great interaction of content consumption.

***Keywords: communication, content, indigenous influencers, TikTok, interaction***

## **CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.**

La interacción y el crecimiento de TikTok han provocado una globalización entorno a las sociedades donde las redes sociales y el internet dan un gran valor donde las personas que tengan un dispositivo tecnológico ya puede interactuar en las plataformas digitales, por lo tanto en esta investigación está involucrado personas que son llamadas influencers las cuales crean contenido, haciéndose conocer por aspectos cotidianos de su vida, por una manera de comedia entre otros, y con ello tienen una audiencia que les gusta ese tipo de contenido, por lo tanto, han dado un impacto en la sociedad hasta que las personas de diferentes culturas ecuatorianas se adaptaron a estos medios y con ello dan un aporte en la creación de contenidos.

También se involucra las audiencias que se obtiene por cada uno de los influencers indígenas de nuestro país Ecuador, entonces hacen conocer cuál es la influencia existente entre jóvenes y como conlleva en afectar a los jóvenes.

Acerca de la plataforma TikTok hay una necesidad de consumir los contenidos por lo que se considera que la interactividad es muy apresurada, porque todo usuario tiene su afinidad en cuestión de elegir el contenido que desea.

Lo más importante que de esta investigación es conocer la integración de estos personajes, por lo que es variado, por ende es muy relevante en la expectativa en donde la parte esencial de los contenidos de los influencers indígenas ecuatorianos han conllevado y han puesto un ejemplo para la sociedad para demostrar su cultura en varios aspectos, de cierta manera hay que entender que ya han existido los influencers que realizan los contenidos acerca de su vida diaria, e incluso los contenidos tienen una forma de expresión de emociones diferentes

y con ello existe el impacto a diferentes personas, pero como se va a plantear en esta investigación sería para los estudiantes de la Carrera de Comunicación de la Universidad Nacional de Chimborazo en un determinado periodo.

## **1.2. Planteamiento del Problema.**

Dentro del desarrollo de proyecto de investigación se explicó cómo la difusión de contenidos de los influencers indígenas tiene el objetivo de influir e impactar en la juventud actual, y de esta manera obtener datos relevantes dentro del espacio que permite expresar ideas y compartir parte de su vida cotidiana, desde la posición del aprendizaje integral como una herramienta eficaz para la divulgación de los saberes.

La forma en que se crea y se difunde los contenidos, depende de la afinidad de algunos usuarios ya que ellos es el principal enfoque para crear los contenidos. Por lo tanto esto apoya a que sea tendencia por sus diferentes modos de crea un video. Se ha observado que en la actualidad los contenidos de los diferentes influencers son consumidos por los jóvenes por aspectos que son impactantes y desconocidos, y esto hace entender que está en su entorno social y comunicacional donde se conoce que gran parte de la expectativa digital es diferente. En la actualidad la apreciación de contenidos de alta relevancia es acerca de las culturas ecuatorianas por ello están en tendencia y son visualizadas por los jóvenes en la actualidad. Hay que recordar que las culturas indígenas han estado en una lucha constante en que sus costumbres y tradiciones y otros aspectos sean visualizados y respetados por diferentes medios, esto indica la apreciación de aquellos elementos culturales que son importantes.

La vinculación de estos influencers son usuarios de la cultura indígena ecuatoriana dentro de esta plataforma digital llamado “TikTok”, y por ello esta red social las culturas indígenas ecuatorianas hacen conocer sus aspectos característicos donde la mayoría de los jóvenes

siguen a estos influencers por su vestimenta, costumbres, su físico y su expresión. En cuanto a las redes sociales en el país se menciona que existe una significación de la población de un conglomerado de 800 millones de usuarios en el mundo, no hay que dejar que en Ecuador tiene una población digital de 3,2 millones de usuarios y eso si no es más. Los datos pertenecen al mes de junio pasado y es por medio del estudio Ecuador Estado Digital (Maldonado, 2022).

Hay que entender que la globalización dentro de una red social siempre está en crecimiento y con ello siempre habrá nuevos usuarios que se hacen tendencia por sus modos de crear contenido y su influencia a diferentes poblaciones. Con ello esta investigación se ve necesario realizarlo para entender como los contenidos de los influencers indígenas influyen a los jóvenes en la Carrera de Comunicación de la UNACH.

### **1.3. Formulación del problema.**

¿Cómo los contenidos de los influencers indígenas en la plataforma TikTok influyen en los jóvenes de 18 a 21 años en el periodo julio-diciembre 2022?

### **1.4. Objetivos.**

#### **1.4.1. Objetivo General.**

- ✓ Analizar el impacto de los contenidos de los influencers indígenas en la plataforma TikTok en los jóvenes de 18 a 21 años en la carrera de comunicación social de la UNACH periodo julio - diciembre 2022.

#### **1.4.2. Objetivos Específicos.**

- ✓ Determinar el consumo masivo de los contenidos de los influencers indígenas en los jóvenes de 18 a 21 años de edad de la carrera de Comunicación Social de la UNACH en la plataforma TikTok.
- ✓ Identificar el impacto de los contenidos de los influencers indígenas que involucra a los jóvenes de 18 a 21 años de la carrera de comunicación.
- ✓ Redactar y enviar un artículo científico a una Revista Regional.

## **CAPITULO II MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Estado del arte.**

En esta investigación acerca de los contenidos de los influencers indígenas como Leonardo Sefla, Elizabeth Guaminga, y Nataly Pilamunga da una vinculación de sus culturas en la creación de los contenidos dentro de una plataforma digital que es TikTok. Por ende, es una red social que ha dado un impacto muy radical durante un periodo de tiempo hasta el año 2022. La accesibilidad de los medios digitales ha ido siendo una apertura para los diferentes influencers del Ecuador.

De acuerdo con los medios digitales y su impacto a la sociedad según Rivera (2013), “En el Ecuador existe una investigación donde determinar la creciente al acceso del internet y vinculado con las nuevas tecnologías donde han realizado una modificación en diferentes aspectos de la vida cotidiana” (p. 113).

La comunicación, el entretenimiento, pero sobre todo el acceso a la información son aspectos que han sufrido modificaciones importantes. La accesibilidad de los influencers es llamativa y mucho mejor cuanto son influencers indígenas ecuatorianos que demuestra por medio de un contenido lo que es la parte cultural de ellos mismos, haciendo que visualicen por medio

de una plataforma digital “TikTok”. Por tal motivo, hay varias aristas que se debe verificar para conocer todos los aspectos que hay dentro de esta plataforma Tiktok, con ello se requiere herramientas y técnicas de investigación.

## **2.2. Fundamentación Teórica.**

Lo que demuestra es la parte esencial de diferentes investigaciones que son respaldados por los autores que son dueños de los respectivos trabajos que han logrado dar un aporte a las sociedades por sus diferentes ideas y criterios.

La fundamentación teórica es importante implementar según Hurtado (2018), “tiene un sistema de pensamientos, criterios, referencias y teorías donde existe una vinculación para sostener la investigación y entender las ideas o puntos de vista que son el inicio para el investigador, y con ello poder explicar los resultados” (p. 14).

Entonces, lo que demuestra Hurtado es lo primordial para lograr un entendimiento de lo que se va a demostrar en la investigación, como los diferentes criterios e ideas, haciendo que esto logre tener comprensión a los diferentes lectores.

## **2.3. Comunicación.**

La comunicación es la extracción de interpretaciones diferentes entre una persona y otra, dando lugar un entendimiento en el cual da las ideas que se requiere expresar, e incluso la comunicación, en sí, también con la ayuda de diferentes herramientas tecnológicas han sido fundamentales para el entendimiento humano.

Se menciona que la comunicación es donde existe un intercambio de ideas o mensajes y con ello se inicia como parte de la expresión de sentimientos, emociones y pensamientos hacia el que receptor. (Delgado, 2015, p. 18)

Se considera que la manera más adecuada de comunicarse en este siglo XXI, es por medio de una comunicación digital con diferentes herramientas tecnológicas que ayudan interconectarse entre si.

Parte singular de una comunicación según Costa (2015):

Siempre está valorada por cómo se van expresando de diferentes maneras para tener un concepto muy amplio, y con tanto que se ha llegado por parte de una comunicación global se ha vinculado una herramienta de tecnología que es el internet, para que se pueda entrelazar con otras personas y ahí exista una comunicación digital por medio un dispositivo tecnológico que es el celular, computadoras, tabletas entre otros. (p. 73)

## **2.4. Teorías de la comunicación.**

### **2.4.1. Teoría estructuralista.**

Esta teoría hace una relación en la parte social y cultura para determinar el sentido donde supone los distintos elementos que se lleva a cabo para lograr entender una cultura como tal con distintos significados relacionados.

Pérez (2018) menciona en su exposición que “el estructuralismo tiene como objetivo reconstruir las reglas que dan diferentes significados a las acciones, objetos y palabras en el curso de la interacción social” (p. 46). Por lo tanto, se ha considerado con un fin que otorga elementos medibles para verificar los comportamientos y entendimientos humanos y el ambiente que siempre los rodea sosteniendo la vida social en un sistema de comunicación que ayuda viendo el trasfondo.

## **2.5. Comunicación digital.**

La acción de expresar lo que uno desea es también por medio de las herramientas tecnológicas digitales donde existe una gran masa de personas que están integradas en lo digital y por ende la facilidad en la actualidad conlleva a que sea muy global.

De acuerdo con lo que dice el autor de “referirse directamente a la comunicación digital, en donde se entiende como la capacidad de vincular documentos y sus partes según sus lógicas o relación entre ideas, conceptos” (Sánchez, 2011, p. 3). Con ello debe entenderse de una manera que posibilita la forma en cómo van los datos, información e incluso lo que se crea en las diferentes personas al entran al mundo de una comunicación digital, al crear los contenidos de cada uno de las personas o también llamados usuarios de consumo de información.

## **2.6. Redes sociales.**

La red social de cierta manera es una plataforma digital donde las personas buscan o tienen predestinado un interés de temas comerciales, políticos entre otros aspectos sociales donde se pueden vincular a las personas creando un usuario y una contraseña para iniciar sesión y con ello establecer una interacción en dicha plataforma digital.

Teniendo en cuenta que la parte singular de una red social es una interacción de personas el autor menciona que “es una asistencia digital que permite crear perfiles públicos o semipúblicos dentro de un determinado sistema restringido y compartir conexiones con ellos y conexiones realizadas por otros en el sistema” (Boyd y Ellison, 2007, p. 12).

La mayoría de las redes sociales tienen una escala del éxito. Por lo general dependiendo de cómo va evolucionando los gustos e intereses de las personas e incluso la interacción momentánea y eso se ve claramente por medio de una aplicación llamada TikTok.

## **2.7. Tipos de redes sociales.**

La mayoría de las personas se han involucrado en la era de la tecnología por lo que su amplitud de una socialización es muy relevante ya que garantiza una conexión entre personas de un polo a otro polo por medio de diferentes redes sociales tales como:

### **2.7.1. Facebook.**

Facebook como tal fue creado por Mark Zuckerberg un joven que tuvo una idea en donde creó esta plataforma para dialogar entre compañeros y la plataforma como tal se llamaba Facemash, hasta que en el 2005 se convierte en Facebook alcanzando 6 millones de usuarios activos mensuales. Y en la actualidad ha conllevado a gran escala de usuarios que son incontables ya que cada día van aumentando la cantidad. Incluso hubo varias actualizaciones que han promovido un cambio en los perfiles de los usuarios dando así un recordatorio de su vida dentro de la plataforma, ya que existe la carencia de las personas en contar su vida diaria. (Werik, 2016, p. 15)

El autor Werik (2016) ha afirmado lo siguiente Facebook es la red social más grande del mundo. Una red donde existen enlaces virtuales, donde tiene un propósito es apoyar la creación. Su llegada amplía las posibilidades de las relaciones sociales y provocó una revolución tangible en la comunicación. (p. 1)

Dada la actividad de los usuarios dentro de la plataforma esto ayuda a tender los datos acerca de gustos, creencias entre otros aspectos de las personas. Para la casualidad existen otras

plataformas que tienden a tener esta dinámica como Instagram que es parte de la misma dinámica que Facebook. (Costa, 2015, p. 14)

### **2.7.2. Instagram.**

Instagram por ser conocida por la mayoría de los influencers para ser más destacados en una red social para fotografías y etiquetaciones e incluso en la creación de reels, que aportan como videos pequeños con una duración de 30 segundos o incluso más. Esta aplicación o plataforma digital ha sido considerado como clon de Facebook.

Instagram es una plataforma social para compartir fotos que existen desde el 2010. La app de Instagram nos permite hacer fotos con en celular y aplicar filtros de estilo retro también conocido como vintage, y con ello fue conocido como un éxito. (Madrigal, 2015, p. 7)

Dada la forma que es Instagram da un predominio interesante para los usuarios para dar información de carácter de una vida cotidiana. La plataforma en sí ha tenido cambios interesantes en su estructura e incluso involucrando nuevos apartados para que el usuario se interese más en la aplicación.

### **2.7.3. TikTok.**

Es una red social igual como Facebook, Instagram donde pueden interactuar y también vincularse por sus gustos e intereses de consumir contenidos, pero tiene algo mucho más especial, donde la plataforma está en constante crecimiento de usuarios donde existe la creación de contenidos con diferentes tipos de herramientas que existe en la plataforma, como una gran biblioteca de música, efectos, el apartado de lives que son considerados una emisión en directo generalmente y también para una interacción de mensajería donde se puede chatear con otras personas o usuarios por si llamarlos.

De acuerdo con Suarez y García (2021) plantean que “TikTok es una plataforma digital nativa que ha logrado captar el interés de los adolescentes” (p. 2). De cierta manera el flujo de los contenidos de esta red social es involucrado también por diferente público haciendo que sea un entretenimiento por diferentes contenidos existentes en la plataforma digital.

Por la actividad de la nativa digital TikTok tiene las características casi idénticas a otras aplicaciones según Suárez-Álvarez y García-Jiménez (2021), como son:

- ✓ Sus reacciones de forma de un corazón
- ✓ Su apartado para realizar los comentarios
- ✓ Su añadido de favoritos
- ✓ Su forma de compartir
- ✓ Tiene un enlace que se puede compartir (p. 4).

## **2.8. Tiktok y su influencia.**

Dentro del contorno de las redes sociales, TikTok ha sido valorada como una de las aplicaciones que tiene un gran flujo de información que aporta cada uno de los usuarios. También se considera que hay gente que se ha vuelto influencer de la plataforma y eso llama la atención, ya que existe una gran cantidad de contenidos que son visualizados a cada momento al abrirse la aplicación. Esta dinámica de crear y consumir contenidos se ha vuelto tendencioso porque todas las personas ya están envueltas en el consumismo.

El código de TikTok forma parte crear un video llamativo y con ello se realiza las tendencias, por un lado, al seguir creando contenidos tienes una audiencia numerosa y al pasar el tiempo se va haciendo viral su perfil. Ahora para ser un influencers de TikTok siempre se inicia por medio de la creación de un contenido, pero primero se debe implementar el tema que se va a realizar el contenido, luego viene la creación y después complementar diferentes aspectos

llamativos como la vestimenta, el modo de hablar frente a la cámara, el físico, las costumbres. Luego de haber cumplido esos aspectos se pueden virilizar los contenidos, hay que tomar en cuenta el número de seguidores. Plantea el autor que: “dependiendo de la afinidad del perfil, la comunidad a la que desea llegar y su nivel de participación, debe tener al menos 20.000 seguidores por lo que se trata de un deseo constante y su engagement, depende de los likes” (Aguirre, 2023, p. 8).

Muchas de las personas siempre han sido influenciadas por algo o por algún motivo, pero por lo visto en la actualidad la mayoría de los jóvenes son influenciados por personas que están atrás de una pantalla con un contenido que les agrada. Tal forma que llegan a ser fans de esa persona influenciadora por sus contenidos que logran una apertura en sus mentes y eso es un beneficio para que sea parte de su entorno social digital.

Tiktok no solo fomenta conversaciones culturales. Ha cambiado literalmente la forma en que operan industrias enteras y ha afectado la forma en que vivimos, comemos, vemos y compramos. De hecho, incluso si por las circunstancias no se usa la aplicación, puede haber algo en su vida que haya cambiado debido a la poderosa influencia de TikTok. (Willingham, Asmelash, y Andrew, 2023, p. 11)

La parte del sequito de los seguidores de estas personas tan influyentes es muy poderosa, ya que pueden lograr en mover masas para un simple objetivo. Y eso se llama consumo masivo de los contenidos.

## **2.9. Cultura.**

La cultura dentro del Ecuador es muy característico y también variado, ya que existen demasiadas culturas por las diferentes regiones del país como en la región insular, costa,

sierra y oriente. La peculiaridad del Ecuador de esta diversidad que ha existido durante muchos años. (Merchán, 2014, p. 76)

Las diferentes culturas han ayudado a forjar las identidades de las comunas que están implementadas en el país con sus tradiciones culinarias donde varían mucho tanto como su vestimenta, comidas y rituales que les caracteriza a cada uno de ellos.

Los autores en cuanto a cultura mencionan que es un conjunto de prácticas, que incluyen la producción simbólica, las cualidades espirituales distintivas, a las funciones sociales que contribuyen al fortalecimiento de las instituciones y a la existencia de estructuras sociales que otorgan a las personas una identidad como parte de la sociedad. (Naula & Guaranga, 2018, p. 37)

## **2.10. Influencia y cultura.**

La esencia de la influencia siempre va conllevada por la existencia de una demostración de algo nuevo hacia el público, ya que carecen las personas de inquietudes por conocer algo nuevo y se dejan llevar por algo significativo que llama la atención del público. Ahora la influencia ya está involucrada en las redes sociales que dan un apego incondicional de las personas, donde consumen contenido variado en todo momento, eso también dependiendo de la red social que estén utilizando. (Madrigal, 2015, p. 45)

También depende de los contenidos que se van creando en las redes sociales o llamados plataformas digitales para influir en cada uno de los usuarios con nuevas atribuciones de expectativa, ahora de lo que se ha visto es más parte cultural en los diferentes contenidos que se han creado, donde van demostrando características llamativas hacia los consumidores de contenidos haciendo que sean como educadores de masas.

Dentro de la cultura existe la influencia como parte del desarrollo decisivo que no se puede hablar de cultura sin sociedad, como puede hablar de sociedad humana sin su nombre. Los esfuerzos por educar a la gente en socializar con la cultura tienen un proceso llamado democratización de la cultura. (Góngora, 2012, p. 5)

### **2.11. Cultura indígena.**

La identificación de una población es por su origen de donde nació, por lo tanto, una cultura indígena es una población originaria de un territorio donde se habita y es oriunda por sus antepasados.

Son grupos de una sociedad cultural con una conexión ancestral común con la tierra y los recursos naturales que son parte de ellos donde se sujetan, inexplicablemente vinculados a su identidad, cultura y medios de vidas, así como su bienestar físico y espiritual (Banco Mundial - BIRF AIF, 2022). Por lo tanto, esto caracteriza mucho al Ecuador porque tiene diferentes culturas y esto hace que por medio de aquello sea multicultural haciendo que sea parte del entorno como tal.

### **2.12. Posicionamiento de la cultura indígena.**

A través de un entorno que hay en el Ecuador existieron diferentes hechos acerca de las poblaciones del Ecuador por ende las culturas indígenas del país siempre han luchado y han demostrado para ser visibles de diferentes maneras, tal cual en la actualidad mediante las redes sociales han sido una herramienta que favorece de la misma manera a impulsar el crecimiento del conocimiento indígena en el Ecuador, pero indicando con sus formas de tratar de impulsar las culturas indígenas o demostrar parte de sus entorno cultural, hay que reconocer sobre la minoría de personas de la cultura indígena que han salido como influencers

en diferentes plataformas digitales, las cuales han logrado un éxito total. (Merchán, 2014, p. 76)

Interpretado lo que dice el autor es que “se refiere a cómo su cultura, estatus familiar, político y social se le confiere diferentes grados de poder y privilegio en su lugar trabajo” (Chavez y Layden, 2022, p. 34).

## **Capítulo III MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1. Método de investigación.**

Este estudio se empleará un enfoque cuantitativa y cualitativa, siendo de que la forma cualitativa en profundidad da el origen de identificar por medio de la observación de datos que son recopilados, pero eso sí, datos no numéricos y eso sería sustentado por las entrevistas que se va a realizar. Y la cuantitativa da en identificar datos por medio de números en un aporte de saber y conocer cuántas personas se involucran en las técnicas investigativas acerca de la conducta, el comportamiento, manifestación y apreciación de los estudiantes acerca de los contenidos de los diferentes influencers indígenas y será sustentado por las encuestas.

### **3.2. Tipo de investigación.**

En esta investigación la metodológica que se implementa es el análisis de contenido acerca de los influencers indígena dentro de la plataforma TikTok mediante el cual se identificó por medio de una matriz de análisis.

### **3.3. Análisis de Contenido.**

Se obtuvo información acerca del impacto de los contenidos de los influencers indígenas en los jóvenes de 18 a 21 años de la carrera de comunicación de la UNACH periodo julio-

diciembre 2022. Esta obtención de información permitió fundamentar el análisis de contenido sobre los influencers indígenas por medio de este estudio.

### **3.4. Según la finalidad.**

Será una investigación que tiene como objetivo conocer el impacto de los contenidos de los influencers indígenas y como conlleva su cultura en involucrarse en la plataforma de TikTok, para entender la dinámica de ser un influencers indígena y ser reconocido de sus aspectos culturales.

### **3.5. Según el alcance temporal.**

El alcance será sincrónico donde se indagará un periodo limitado y muy corto, período Julio-Diciembre 2022

### **3.6. Según la profundidad.**

Será una investigación que se va a involucrar la explicación, pues el estudio será centrado y puntual sobre la influencia o el impacto de los contenidos de TikTok. Y este tema no se había estudiado antes. Por ello es proporcionar detalles acerca del tema y dar a conocer sobre la contrastación de la poca información y determinar los aspectos relacionados del análisis obtenido.

### **3.7. Según la amplitud.**

Se enfocará en diferentes influencers indígenas que han conllevado su cultura a la plataforma TikTok, con ello verificar sus aspectos de influenciar o dar el impacto de que existe etnias culturales involucradas en la plataforma digital. Se centrará en los aspectos del conocimiento

de los estudiantes de la carrera de comunicación acerca de ellos y que es lo que más le llama la atención y la actividad que ellos verifican acerca de los influencers indígenas.

### **3.8. Según el carácter.**

Será de carácter cualitativo y cuantitativo, ya que necesitamos comprender las cualidades y cuantas personas les interesa ver este tipo de contenido en la plataforma que existen y que es lo que llamó la atención para dar esa influencia o impacto a los jóvenes de 18 a 21 años de la carrera de comunicación social. El objetivo de la visión cualitativa y cuantitativa del estudio que se está investigando es verificar los aspectos culturales dentro de una plataforma y su impacto de influencia que existe.

### **3.9. Según las fuentes.**

Primarias: Los datos de los investigadores establecidos serán el aporte necesario para la investigación

Secundarias: Presentar la información que se ha verificado y opiniones de las personas que han dado su aporte en bases de datos y encuestas oficiales.

### **3.10. Diseño de la investigación.**

Se involucra por medio de los datos estadísticos que se ha implementado para conocer los aspectos de la influencia y en las opiniones de las personas entrevistadas, se estará demostrando el impacto de los contenidos bajo un estudio que se implementa. Se está fundamentando por ciertas teorías que se ha adquirido se adquiere a través de la recopilación de información.

Es un diseño basado en la teoría que se crea mediante la recopilación, indagación y presentación de los datos compilados. No se ha escogido un diseño experimental debido a que esta investigación no condicionará ningún aspecto científico experimental.

### 3.11. Población y muestra.

La población que se va a incluir son todos los estudiantes de la carrera de comunicación de la UNACH del periodo julio - diciembre 2022 ya que son ellos quienes están verificando y consumiendo los contenidos y saben acerca de los influencers indígenas que han sido tendencia en TikTok. De cierta manera también se recopilará información para la investigación por medio de dos entrevistas hacia un especialista de las redes sociales y al influencers que fue más reconocido.

ENCUESTA	POBLACIÓN	MUESTRA
Jóvenes de 18 a 21 años de edad de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Chimborazo	369	Total de estudiantes
ANALISIS	POBLACIÓN	MUESTRA
De acuerdo con el resultado de las		No aplica

encuestas aplicadas, se realizará el análisis de contenido de las cuentas de TikTok de los influencers indígenas.	3	
<b>ENTREVISTA</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>MUESTRA</b>
Se entrevistará a un especialista y experto en manejo de redes sociales.	1	No aplica
<b>ENTREVISTA</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>MUESTRA</b>
De acuerdo con la encuesta realizada a los estudiantes de la carrera de comunicación de la UNACH se realizará una entrevista a un influencers indígena de la plataforma TikTok.	1	No aplica

Cuadro elaborado por: *Diego Brito*

## **3.12. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.**

### **3.12.1. Técnicas.**

#### **3.12.1.1. Análisis de contenido.**

El análisis de contenidos es una herramienta que aporta en diferentes aspectos donde se requiere verificar por medio de la observación, lo que crean y produce cada persona que está correlacionada en alguna realidad social.

El autor menciona que el análisis de contenido es una herramienta muy útil basada en el análisis e interpretación de fuentes literarias e identificando los códigos utilizados por los hablantes, su contenido y en el contexto en el que se creó y desarrolló el mensaje para revelar y presentar su contenido (Oliver, 2008, p. 27). Con ello se podrá obtener datos que en realidad lleven a cabo la investigación por medio de lo que han publicado los influencers indígenas ecuatorianos.

#### **3.12.1.2. Entrevista.**

La entrevista es de gran utilidad en la investigación cualitativa donde se le considera una herramienta que sirve para investigar, analizar e informar por lo que se especifica en tratar un asunto o temas de interés y por lo tanto siempre se lo realiza por medio de una o varias personas, hay que considerar que el rol de una entrevista es entre el entrevistador y el entrevistado haciendo de que el dialogo no sea casual si no entretenido para el público.

Los autores consideran que “Es un dialogo diseñado para un propósito específico no solo un hecho coloquial” (Díaz-Bravo, Torruco, Martínez, y Varela, 2013, p. 163). La entrevista como tal debe tener preguntas coherentes a lo que se desea conocer y con ello da la apertura de entender lo que se está hablando.

### **3.12.1.3. Encuesta.**

Una forma en la que facilita a la investigación es un método cuantitativo que aporta al tema en donde se recopila datos o información mediante un cuestionario previamente diseñado sin realizar modificaciones ya que esto se lo entrega de una forma física o digital.

La encuesta se implementa hacia el público permitiendo obtener y analizar información con cierto contenido o carácter social y referido esencialmente a hechos o acontecimientos más objetivos en los que los encuestados son los protagonistas, refiriéndose a sus condiciones de vida, conocimientos o recuerdos personales y sociales. Si bien se puede plantear la cuestión de formalizar las relaciones sociales para analizar las interacciones sociales, la caracterización de las poblaciones de manera individual captura eventos pasados (López-Roldán y Fachelli, 2015, p. 48).

Con ello facilita verificar todos los aspectos que se necesita para determinar qué es lo que conocen o qué interés tienen los encuestados de la Carrera de Comunicación de la UNACH para saber de la cultura de los influencers indígenas que son vinculados en esta investigación.

### **3.12.1.4. Revisión documental.**

La revisión documental es una herramienta que ayuda en la construcción del conocimiento, amplía los constructos hipotéticos de los estudiantes y como enriquece su vocabulario para interpretar su realidad desde su disciplina, constituye elemento motivador para la realización de procesos investigativos de los estudiantes.

También hay que considerar que “la revisión documental ayuda a mostrar cómo los procedimientos de investigación se dirigen a diferentes partes para verificar el seguimiento de la misma parte” (Gómez, Carranza, y Ramos, 2017, p. 49).

### **3.13. Instrumentos**

#### **3.13.1. Matriz de análisis**

La utilización de un método estructurado facilita la adquisición de información como tal por medio de la observación y por ende se demuestra con una calidad de resultados llamado efectos de matriz.

La matriz de análisis es un instrumento visible de filas y columnas en la cual es fundamental para una investigación porque tiene un orden con una recopilación de datos e información (Westreicher, 2021, p. 12). Esto es una proporción de datos o criterios para tener un claro diagnóstico de las decisiones y con ello tomar en cuenta lo más importante para la investigación que se realiza.

#### **3.13.2 Guía de entrevista**

Esta guía es una herramienta valiosa para el entrevistador hacia el entrevistado por lo que siempre se debe plasmar temas de gran interés para lograr el objetivo que se ha requerido. Se trata de capturar todos los temas que se desean discutir en una reunión, se debe preparar temas antes de que comience la reunión para administrar el tiempo, priorizar tópicos y evitar perderse y desviación por parte de los entrevistados. (Robles, 2011, p. 41)

Hay que considerar también que es un apoyo de una serie de preguntas que son realizadas para el entrevistado por lo tanto esto facilita a que se topen todos los temas que se quiere realizar y con ello obtener información de manera lógica y sistemática.

#### **3.13.3. Cuestionario.**

Se considera que es una herramienta de gran ayuda para obtener información por medio de la realización de preguntas pero hay que recordar que esto implica a una forma en la que se demuestra por una estadística por lo que se ha realizado a la población que se tuvo en mente para este ejercicio.

El cuestionario es la implementación de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para lograr los objetivos establecidos de un proyecto de investigación. El cuestionario brinda la oportunidad de estandarizar e integrar el proceso de recopilación de datos. Si la estructura no es razonable y el diseño es insuficiente, la información recopilada estará incompleta y los datos serán inexactos, lo que dará como resultado información poco confiable. (Galán, 2009, p. 3)

Hay que recordar que el cuestionario debe realizarse de acuerdo a la información que se desea recopilar, para obtener opiniones personales, hecho y aptitudes de las personas encuestadas.

### **3.13.4 Ficha de revisión documental**

Se diferencia como una herramienta que logra la adecuada formación de investigaciones que han sido ya evidenciadas. En este instrumento se permite verificar las diferentes investigaciones que fueron elaboradas con anterioridad, los autores y sus ideas planteadas (Valencia, 2023, p. 4).

Para la investigación es fundamental la revisión documental ya que esto adhiere a la alternativa de verificar de cómo fue la investigación como tal, por ello se necesita de una estructura de cómo vamos a llevar la investigación, siendo de que parte de un entorno cultura para así demostrar de punto a punto como se hizo esta discusión de ideas con la diferente documentación necesaria de autores o investigaciones que tengan una similitud de lo que se está realizando y comparando.

### 3.14. Variables.

#### 3.14.1 Variable independiente.

Influencers indígenas

#### 3.14.2. Variable dependiente.

Plataforma TikTok.

### 3.15. Operacionalización de variables.

Variable	Definición	Categoría	Indicadores	Técnicas e instrumentos
<b>Variable independiente:</b> Influencers indígenas	“Son personas que tienen conexión con las audiencias, generan expectativas, actos e influir en sensaciones, opiniones e inclinaciones personales (Pérez L. , 2020, pág. 1).	Análisis de contenido, Publicaciones.	Contenidos. Tendencias.	<b>Técnica:</b> Revisión documental. Análisis de contenido <b>Instrumento:</b> Ficha de revisión documental. Matriz de análisis.

<b>Variable dependiente:</b> Plataforma TikTok	“Es una app para videos cortos para dispositivos tecnológicos como el celular. Los usuarios pueden crear contenido entre 5 segundos a 3 minutos de duración con una gran biblioteca de música, y con efectos divertidos para editar pequeñas películas” (McLachlan, 2021, pág. 1).	Redes sociales, Influencias, Audiencias	Redes sociales. Plataformas digitales. Elementos multimedia.	<b>Técnica:</b> Entrevista. Encuesta. <b>Instrumento:</b> Guía de entrevista. Cuestionario.
---	---	---	--	--

*Cuadro elaborado por: Diego Brito*

## **CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.**

### **4.1. Encuesta.**

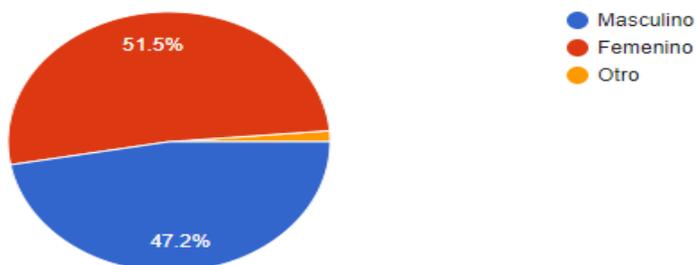
#### **Análisis 1**

Acorde a la población de 369 estudiantes de la Carrera de Comunicación de la UNACH ha dado como resultado 190 son mujeres con un porcentaje de 51.5% y el otro indicador de la

encuesta de 174 hombres con 47.2% y el ultimo es de 5 con 1.4% de estudiantes que son de otra orientación sexual.

### **Elija su Género**

369 respuestas



**Gráfico 1:** *Elija su género*

**Fuente:** *Encuesta dirigida a los estudiantes de la Carrera de comunicación UNACH*

**Elaborado por:** *Diego Brito*

### **Interpretación**

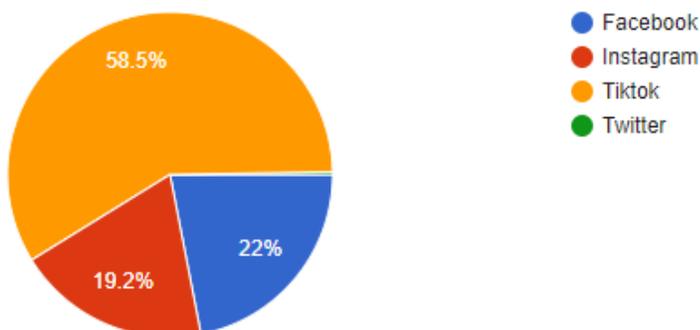
Según los datos obtenidos destacan que la mayor parte de los estudiantes encuestados son mujeres dentro de la Carrera de Comunicación de la UNACH.

### **Análisis 2**

El 58.5% con 216 estudiantes con preferencia a utilizar la red social de TikTok para consumir los contenidos, seguido por el 22% con 81 estudiantes para Facebook, 19.2% con 71 estudiantes para Instagram y por ultimo 0,3% que representa 1 estudiante en Twitter.

## 1.-¿ Qué red social utiliza más para consumir contenidos ? (Elija una opción)

369 respuestas



**Gráfico 2:** *Qué red social utiliza más para consumir contenidos.*

**Fuente:** *Encuesta dirigida a los estudiantes de la Carrera de comunicación UNACH*

**Elaborado por:** *Diego Brito*

### **Interpretación**

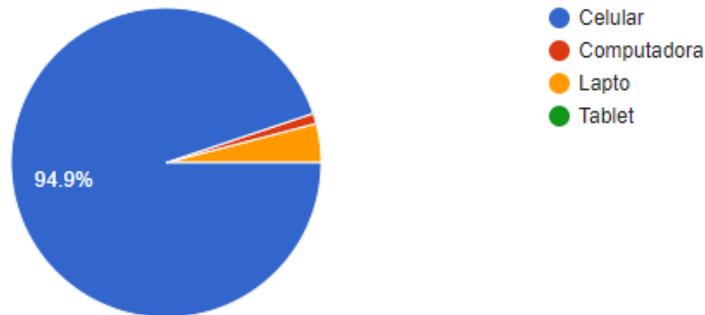
Los datos obtenidos a través de la encuesta indican que la red social más utilizada para consumir contenidos por los estudiantes es la plataforma digital TikTok. Lo cual hace que TikTok es aceptable para consumir contenidos.

### **Análisis 3**

El 94.9% con 350 estudiantes con preferencia a utilizar el dispositivo electrónico “celular” para ver los contenidos, seguido por el 4.1% con 15 estudiantes utilizando “laptop” y por último el 1.1% con 4 estudiantes utilizando “computadora”.

## 2.-¿Cuál es el dispositivo electrónico que utiliza más para ver los contenidos de las redes sociales ? ( Elija una opción )

369 respuestas



**Gráfico 3:** *Cuál es el dispositivo electrónico que utiliza más para ver los contenidos de las redes sociales.*

**Fuente:** *Encuesta dirigida a los estudiantes de la Carrera de comunicación UNACH*

**Elaborado por:** *Diego Brito*

### Interpretación

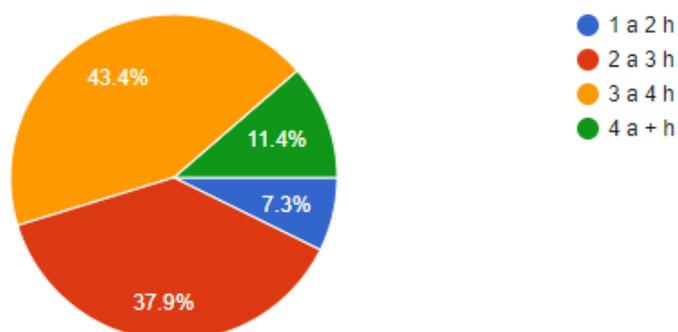
Los datos obtenidos a través de la encuesta indica que hay un gran porcentaje de estudiantes que utiliza el dispositivo electrónico “celular” para ver los contenidos de las redes sociales.

### Análisis 4

El 43,4 % con 160 estudiantes con la preferencia de un horario de 3 a 4h de consumo de contenidos en las redes sociales, seguido de 37,9% representa a 140 estudiantes que ha seleccionado la opción de 2 a 3h, el 11,4% con 42 estudiantes con el horario de 4 a +h y por ultimo el 7,3% representando por 27 estudiantes que han seleccionado 1 a 2h.

### 3.-¿ Cuántas horas consume de contenidos en las redes sociales ?

369 respuestas



**Gráfico 4:** *Cuántas horas consume de contenidos en las redes sociales*

**Fuente:** *Encuesta dirigida a los estudiantes de la Carrera de comunicación UNACH*

**Elaborado por:** *Diego Brito*

#### **Interpretación**

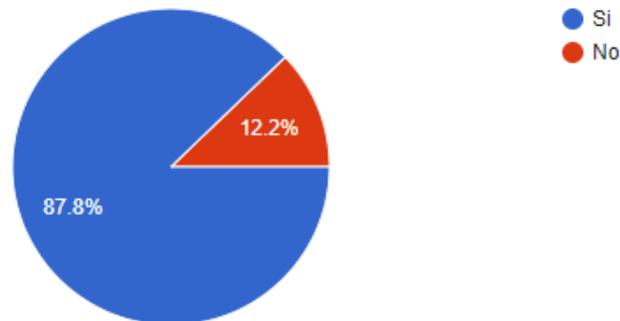
De acuerdo con los datos obtenidos en la encuesta, indica que hay dos porcentajes casi igualados con una diferencia de 5,5% de estudiantes que consume los contenidos, por lo tanto se demuestra que de 2 a 3h y 3 a 4h indica que la mayoría de los jóvenes saben estar en las redes sociales.

#### **Análisis 5**

El 87,8 % representado por 324 estudiantes con la preferencia de estar de acuerdo de que las redes sociales influyen en el entorno social, seguido del 12,2% representado por 45 estudiantes que su opción a elegir es negativa.

#### 4.-¿ Usted está de acuerdo que las redes sociales influyen en su entorno social ?

369 respuestas



**Gráfico 5:** *Usted está de acuerdo que las redes sociales influyen en su entorno social*

**Fuente:** *Encuesta dirigida a los estudiantes de la Carrera de comunicación UNACH*

**Elaborado por:** *Diego Brito*

#### **Interpretación**

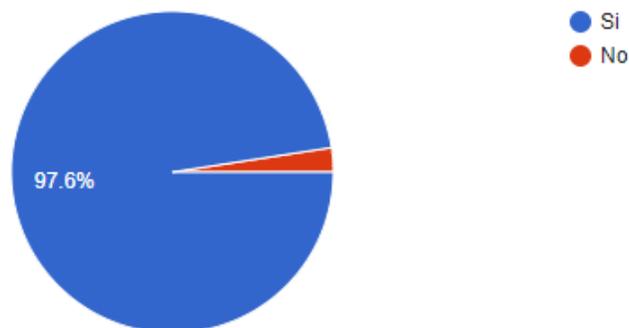
De acuerdo con los datos de la encuesta realizada, nos indica que la mayoría está de acuerdo de que las redes sociales influyen en el entorno social.

#### **Análisis 6**

La encuesta realizada a los estudiantes de la carrera de comunicación de la UNACH determinó que el 97,6% representado por 360 encuestados donde están de acuerdo de que las redes sociales son una herramienta que ayudaría a visibilizar una cultura indígena por medio de contenido, mientras que el 2,4 % de encuestados representado por 9 estudiantes no están de acuerdo.

**5.-¿ Considera que las redes sociales son una herramienta que ayudaría a visibilizar una cultura indígena por medio de contenidos ?**

369 respuestas



**Gráfico 6:** *Considera que las redes sociales son una herramienta que ayudaría a visibilizar una cultura indígena por medio de contenidos*

**Fuente:** *Encuesta dirigida a los estudiantes de la Carrera de comunicación UNACH*

**Elaborado por:** *Diego Brito*

### **Interpretación**

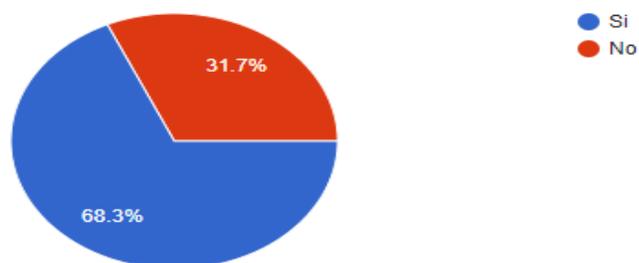
A partir de los datos obtenidos de la encuesta se refleja que la mayoría de estudiantes consideran que las redes sociales son una herramienta que ayudarían a visibilizar una cultura indígena por medio de los contenidos.

### **Análisis**

El 68,3% representado por 252 que han sido encuestados refleja que siguen a un influencer indígena en las redes sociales, mientras que el 31,7% representado por 117 encuestados indica que no.

## 6.-¿ Sigues a un influencer indígena ecuatoriano en redes sociales ?

369 respuestas



**Gráfico 7:** Sigues a un influencers indígena ecuatoriano en redes sociales

**Fuente:** Encuesta dirigida a los estudiantes de la Carrera de comunicación UNACH

**Elaborado por:** Diego Brito

### Interpretación

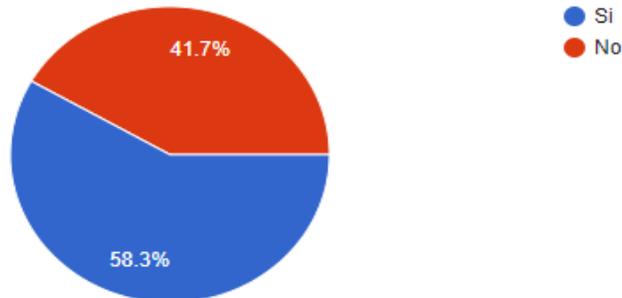
De acuerdo con la encuesta realizada hacia los estudiantes de la Carrera de Comunicación de la UNACH nos dio unos datos donde la mayoría si siguen a un influencers indígena en las redes sociales.

### Análisis 7

Según los datos obtenidos el 58,3% representado por 215 estudiantes indican que los contenidos de los influencers indígenas ecuatorianos influyen en su nivel de comunicación, y el 41,7% representado por 154 estudiantes dicen de que no.

### 7.- ¿ Los contenidos de los influencers indígenas ecuatorianos influyen en su nivel de comunicación ?

369 respuestas



**Gráfico 8:** *Los contenidos de los influencers indígenas ecuatorianos influyen en su nivel de comunicación*

**Fuente:** *Encuesta dirigida a los estudiantes de la Carrera de comunicación UNACH*

**Elaborado por:** *Diego Brito*

### Interpretación

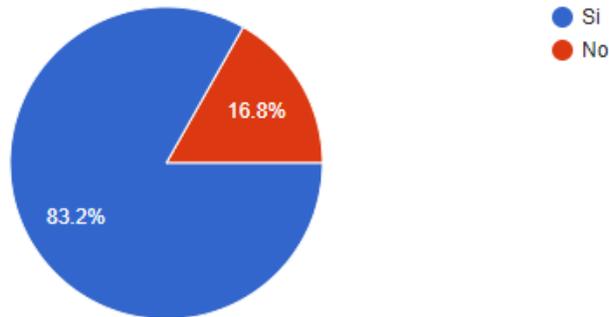
De acuerdo con la encuesta el 58,3% de estudiantes de la Carrera de Comunicación de la Unach indica que los contenidos de los influencers indígenas si influyen en su nivel de comunicación.

### Análisis 8

El 83,2% representado por 307 estudiantes consideran que están de acuerdo de que pueden traer emociones e inspiraciones los influencers indígenas por medio de sus contenidos creados en la plataforma TikTok, mientras que el otro porcentaje de 16,8% representado 62 estudiantes dicen que no.

**8.-¿ Usted está de acuerdo que los influencers indígenas ecuatorianos pueden traer emociones e inspiraciones a la vida de los jóvenes por medio de sus contenidos creados en la plataforma tiktok ?**

369 respuestas



**Grafico 9:** *Usted está de acuerdo que los influencers indígenas ecuatorianos pueden traer emociones e inspiraciones a la vida de los jóvenes por medio de sus contenidos creados en la plataforma TikTok.*

**Fuente:** *Encuesta dirigida a los estudiantes de la Carrera de comunicación UNACH*

**Elaborado por:** *Diego Brito*

### **Interpretación**

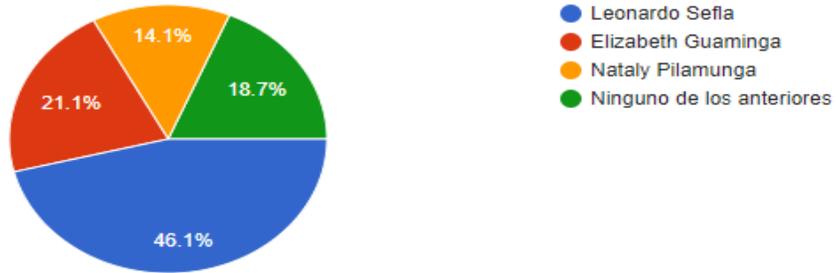
A través de la encuesta realizada, la mayoría da una aceptación 83,2% de que los influencers indígenas ecuatorianos si traen emociones e inspiraciones por medio de contenidos creados en la red social TikTok.

### **Análisis 9**

El 46.1% representado por 170 estudiantes conocen al influencers indígena Leonardo Sefla, seguido por el 21,1% representado por 78 estudiantes que han elegido la opción del nombre de Elizabeth Guaminga, luego está el 18,7% representado por 69 estudiantes que no conoce a los influencers y por último el 14,1% representado por 52 estudiantes conocen a Nataly Pilamunga.

**9.- ¿Cuál de estos influencers indígenas ecuatorianos conoce usted en tiktok ?  
(Elija una opción)**

369 respuestas



**Gráfico 10:** *Cuál de estos influencers indígenas ecuatorianos conoce usted en Tik Tok*

**Fuente:** *Encuesta dirigida a los estudiantes de la Carrera de comunicación UNACH*

**Elaborado por:** *Diego Brito*

### **Interpretación**

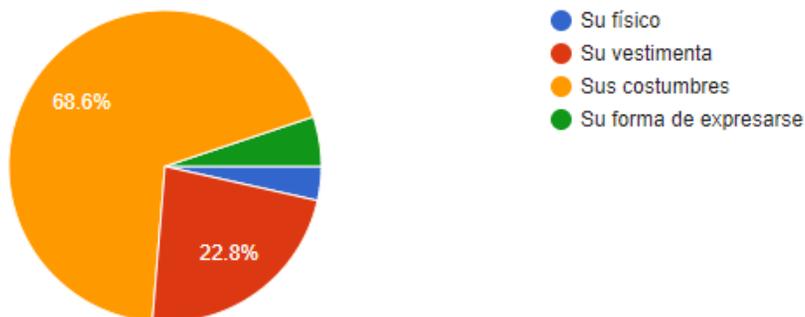
A través de la encuesta realizada se identifica que los estudiantes de la Carrera de Comunicación de la UNACH conocen al influencers indígena “Leonardo Sefla” en la plataforma TikTok.

### **Análisis 10**

El 68,6% representado por 253 estudiantes encuestados consideran que el aspecto que debería ser visibles son sus “costumbres” al realizar su contenido en TikTok, seguido por el 22,8% representado por los 84 estudiantes que eligieron la opción “vestimenta”, luego 5,1% representado por 19 estudiantes por eligieron “su forma de expresarse” y por ultimo está el 3,5% que representa 13 estudiantes que eligieron la opción de el “físico”.

10-. ¿ Qué aspecto del influencer indígena ecuatoriano considera que debería ser más visible, siendo de que representa su cultura por medio de un contenido en la plataforma tiktok ? (Elija una opción)

369 respuestas



**Grafico 11:** *Qué aspecto del influencers indígena ecuatoriano considera que debería ser más visible, siendo de que representa su cultura por medio de un contenido en la plataforma TikTok.*

**Fuente:** *Encuesta dirigida a los estudiantes de la Carrera de comunicación UNACH*

**Elaborado por:** *Diego Brito*

## Interpretación

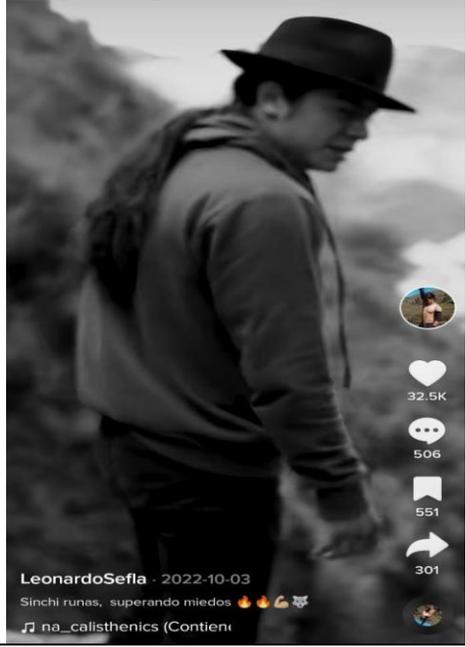
A través de la encuesta realizada la mayoría de los estudiantes consideran que deberían ser más visible sus “costumbres” para el contenido realizado en la plataforma TikTok.

## 4.2 Análisis de contenido

### Análisis de contenido Leonardo Sefla

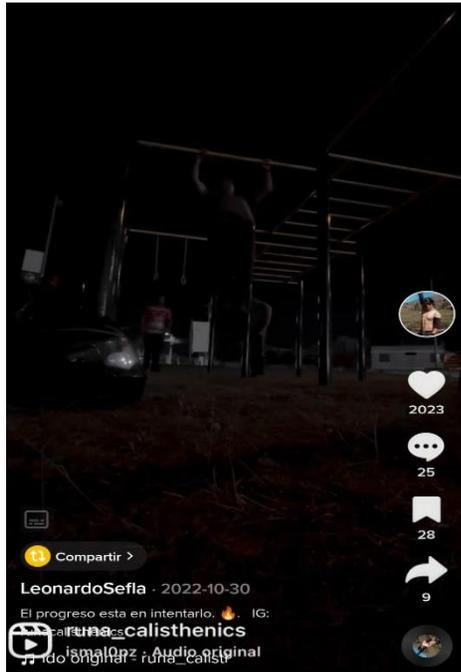
Entre las 10 tablas de análisis de contenido de Leonardo Sefla se ha seleccionado dos tablas por lo que el contenido seleccionado es dentro del rango de fecha del tema de investigación, dando a conocer parte de un algoritmo en donde consta cual tiene menos interacción y cual tiene más interacción para corroborar en la investigación como tal, y con ello para conocer

el impacto que conlleva a los jóvenes a influenciarse por las diferentes figuras llamados influencers de la cultura indígena dentro de la plataforma TikTok.

<b>CONTENIDOS DE TIKTOK ( Leonardo Sefla )</b>		
<b>N* 6</b>	Título:	<b>Imagen del post:</b>
<b>Fecha de publicación:</b>  03/10/2022	Sinchi runas, superando miedos 🧡🔥🐱🐱	
	<b>Lenguaje:</b> Coloquial <b>Lengua :</b> Castellano y Kichwa	<b>Enlace:</b>  <a href="https://www.tiktok.com/@runa_calisthenics/video/7150340628201737478?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7232344284724037126">https://www.tiktok.com/@runa_calisthenics/video/7150340628201737478?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7232344284724037126</a>
<b>N* de reacciones:</b> 32.500 <b>Comentarios:</b> 506	<b>Tipo de contenido</b>  Demostración del deporte y su físico	<b>Hashtags:</b>  No se implementó
<b>Añadido a favoritos:</b> 551 <b>Compartidos:</b> 301 <b>Visualizaciones</b> 415.500	<b>Tipo de vestimenta:</b> Cultural  -Sombrero amestizado -Buzo -Pantalón negro de tela -Zapatos negros	<b>Mensaje:</b>  Lo que hace la calistenia, hacer deporte.

Se ha evidenciado que la Tabla #6 del contenido de Leonardo Sefla muestra una gran interacción de 415.500 usuarios que han visualizado, también los más característico del contenido es de que tiene una lenguaje coloquial y una lengua entre el kichwa y castellano. Los hashtags no se han implementado. El tipo de vestimenta llama la atención, ya que la figura pública Leonardo Sefla pertenece a una cultura indígena y el representa con una vestimenta de un sombrero amestizado, un buzo, pantalón de tela de color negro y zapatos negros. El tipo de contenido que presenta, es acerca de un deporte llamado calistenia pero lo más interesante es por el sobrenombre llamado “Runacalistenics” que hace entender que ese deporte lidera una indígena ecuatoriano.

### Menos reacciones

CONTENIDOS DE TIKTOK ( Leonardo Sefla )		
<p><b>N* 9</b></p> <p><b>Fecha de publicación:</b></p> <p>30/10/2022</p>	<p><b>Título:</b></p> <p>El progreso esta en intentarlo. 🔥</p>	<p><b>Imagen del post:</b></p> 
	<p><b>Lenguaje:</b> Coloquial</p> <p><b>Lengua :</b> Castellano</p>	<p><b>Enlace:</b></p> <p><a href="https://www.tiktok.com/@runa_calisthenics/video/7160499540473203974?is">https://www.tiktok.com/@runa_calisthenics/video/7160499540473203974?is</a></p>

		<a href="#">from_webapp=1&amp;sender_device=pc &amp;web_id=7232344284724037126</a>
<b>N* de reacciones:</b> 2023	<b>Tipo de contenido</b>	<b>Hashtags:</b>
<b>Comentarios:</b> 25	Deportivo // Variado // Voz en off	No se implementó
<b>Añadido a favoritos:</b> 28	<b>Tipo de vestimenta:</b> Deportivo	<b>Mensaje:</b>
<b>Compartidos:</b> 9	-Camiseta café	Importancia del ejercicio
<b>Visualizaciones</b> 36.100	-Calentador -Zapatos negros	

Se ha evidenciado que la Tabla #9 del contenido de Leonardo Sefla muestra una menor interacción de 36.100 usuarios que han visualizado, lo que caracteriza del contenido es que tiene un lenguaje coloquial, la lengua es el castellano y no el kichwa. Los hashtags no se han implementado. El tipo de vestimenta es deportivo con una camiseta café, calentador y zapatos negros. El tipo de contenido que presenta es acerca de un deporte llamado calistenia pero lo más interesante es por el sobrenombre llamado “Runacalistenics” y da como mensaje la importancia del ejercicio.

### **Análisis de Contenido Elizabeth Guaminga**

Entre las 41 tablas de análisis de contenido de Elizabeth Guaminga se ha seleccionado dos tablas por lo que el contenido seleccionado es de acuerdo con el rango de fecha del tema de investigación, dando a conocer parte de un algoritmo en donde consta cual tiene menos interacción y cual tiene más interacción para corroborar en la investigación como tal, y con ello para conocer el impacto que conlleva a los jóvenes a influenciarse por las diferentes figuras públicas llamados influencers de la cultura indígena dentro de la plataforma TikTok.

CONTENIDOS DE TIKTOK ( Elizabeth Guaminga )		
<p><b>N* 38</b></p> <p><b>Fecha de publicación:</b></p> <p>22/11/2022</p>	<p><b>Título:</b></p> <p>O solo era de chill? 😊</p> <p><b>Lenguaje:</b></p> <p>Coloquial</p> <p><b>Lengua :</b></p> <p>Castellano</p>	<p><b>Imagen del post:</b></p>  <p><b>Enlace:</b></p> <p><a href="https://www.tiktok.com/@elyguaminga/video/7168905057625279749?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7232344284724037126">https://www.tiktok.com/@elyguaminga/video/7168905057625279749?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7232344284724037126</a></p>
<p><b>N* de reacciones:</b></p> <p>87.800</p> <p><b>Comentarios:</b></p> <p>563</p>	<p><b>Tipo de contenido</b></p> <p>Actuación con música</p>	<p><b>Hashtags:</b></p> <p>#comedia #ecuador #viral #foryou #parati</p>

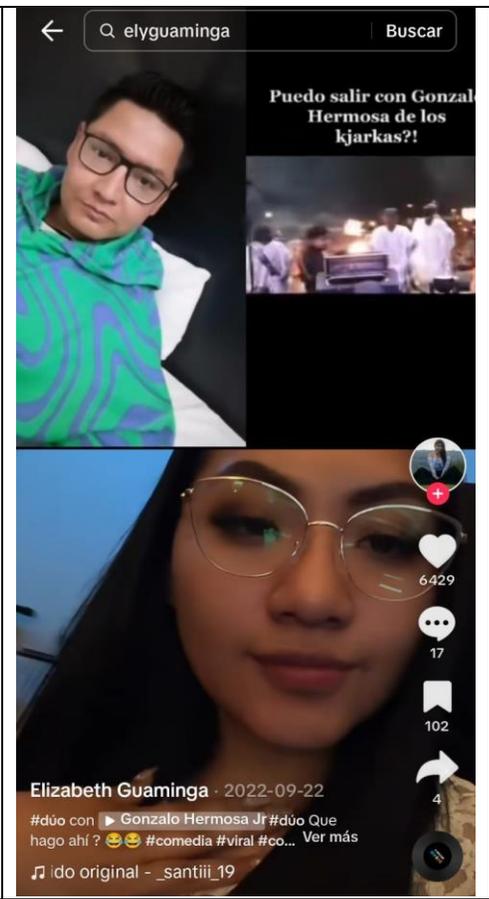
<b>Añadido a favoritos:</b> 2532 <b>Compartidos:</b> 434 <b>Visualizaciones</b> 2.600.000	<b>Tipo de vestimenta:</b> Casual - Chompa de deporte tricolor - Licra ploma	<b>Mensaje:</b> Más lo que decían “ SI GANA LA TRI VUELVO CON MI EX “ que fue que no vuelven
--	---	---

Se ha evidenciado que la Tabla #38 del contenido de Elizabeth Guaminga muestra una mayor interacción de 2.600.000 usuarios que han visualizado el contenido, 87.800 reacciones, 563 comentarios, 2532 añadidos a favoritos, 434 compartidos. También lo que caracteriza del contenido es que tiene un lenguaje coloquial, la lengua es el castellano y no el kichwa. Los hashtags que se han implementado son: #comedia, #ecuador, #viral, #foryou y #parati. El tipo de vestimenta es casual con una chompa de deporte tricolor, licra ploma. El tipo de contenido que presenta es acerca de una actuación con música de fondo.

El mensaje es acerca de un deporte llamado futbol e involucra con una persona que le cataloga como expareja.

### Menos reacciones

CONTENIDOS DE TIKTOK ( Elizabeth Guaminga )		
<b>N* 23</b> <b>Fecha de publicación:</b> 22/09/2022	<b>Título:</b> #dúo con @Gonzalo Hermosa Jr #dúo Que hago ahí ? 😊😊 #comedia #viral #contenido #tusolterayocasado	<b>Imagen del post:</b>

		
	<p><b>Lenguaje:</b> Coloquial</p> <p><b>Lengua :</b> Castellano</p>	<p><b>Enlace:</b></p> <p><a href="https://www.tiktok.com/@elyguaminga/video/7146373596275838214?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7232344284724037126">https://www.tiktok.com/@elyguaminga/video/7146373596275838214?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7232344284724037126</a></p>
<p><b>N* de reacciones:</b> 6429</p> <p><b>Comentarios:</b> 17</p> <p><b>Añadido a favoritos:</b> 102</p> <p><b>Compartidos:</b> 4</p> <p><b>Visualizaciones</b> 243.200</p>	<p><b>Tipo de contenido</b></p> <p>Reacción</p>	<p><b>Hashtags:</b></p> <p>#comedia #viral #duo #contenido #tusolterayocasado</p>
	<p><b>Tipo de vestimenta:</b></p> <p>Cultural</p> <p>-Blusa bordada</p>	<p><b>Mensaje:</b></p> <p>Qué hago ahí</p>

Se ha evidenciado que la Tabla #23 del contenido de Elizabeth Guaminga muestra una interacción de 243.200 usuarios que han visualizado el contenido, 6429 reacciones, 17 comentarios, 102 añadidos a favoritos, 4 compartidos. Lo que caracteriza del contenido es que tiene un lenguaje coloquial, la lengua es el castellano y no el kichwa. Los hashtags que se han implementado son: #comedia #viral, #duo, #contenido y #tusolterayyocasado. El tipo de vestimenta es cultural con una blusa bordada. El tipo de contenido que presenta es acerca de una reacción. El mensaje es acerca de una respuesta hacia un usuario que reaccionó un video.

### **Análisis de contenido Nathaly Pilamunga**

Entre las 45 tablas de análisis de contenido de Nathaly Pilamunga se ha seleccionado dos tablas por lo que el contenido seleccionado es dentro del rango de fecha del tema de investigación, dando a conocer parte de un algoritmo en donde consta cual tiene menos interacción y cual tiene más interacción para corroborar en la investigación como tal, y con ello para conocer el impacto que conlleva a los jóvenes a influenciarse por las diferentes figuras llamados influencers de la cultura indígena dentro de la plataforma TikTok.

<b>CONTENIDOS DE TIKTOK ( Nathaly Pilamunga )</b>		
<b>N* 26</b>	Título:	<b>Imagen del post:</b>
<b>Fecha de publicación:</b>	No se implementó	

<p>26/09/2022</p>		
<p><b>Lenguaje:</b> Coloquial</p> <p><b>Lengua :</b> Castellano/ Kichwa</p>		<p><b>Enlace:</b></p> <p><a href="https://vm.tiktok.com/ZM2FkuvSo/">https://vm.tiktok.com/ZM2FkuvSo/</a></p>
<p><b>N* de reacciones:</b> 70.500</p> <p><b>Comentarios:</b> 2769</p> <p><b>Añadido a favoritos:</b> 1922</p> <p><b>Compartidos:</b> 388</p> <p><b>Visualizaciones</b> 1.300.000</p>	<p><b>Tipo de contenido</b> Actuación</p> <p><b>Tipo de vestimenta:</b> Cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Colorido Chumbi (faja)</li> <li>-Blusas bordadas</li> <li>-Bayetas aterciopeladas</li> <li>-Accesorios de coral</li> <li>-Anaco negro</li> </ul>	<p><b>Hashtags:</b> No se implementó</p> <p><b>Mensaje:</b> Cuando le dicen suegro a mi papá</p>

Se ha evidenciado que la Tabla #26 del contenido de Nathaly Pilamunga muestra una interacción de 1.300.00 usuarios que han visualizado el contenido, 70.500 reacciones, 2769

comentarios, 1922 añadidos a favoritos, 388 compartidos. Lo que caracteriza del contenido es que tiene un lenguaje coloquial, la lengua es kichwa y el castellano. Los hashtags no se han implementado. El tipo de vestimenta es cultural con una faja colorida chumbi, blusas bordadas, bayetas aterciopeladas, accesorios de coral y anaco negro. El tipo de contenido que presenta es acerca de una actuación.

El mensaje es acerca de una respuesta de cuando le dicen suegro a mi papá.

### Menos reacciones

CONTENIDOS DE TIKTOK ( Nathaly Pilamunga )		
<b>N* 42</b>	<b>Título:</b> ¡Cénsate tú también! Hazlo hasta el 18 de diciembre, para poder conocernos mejor como país. El Ecuador cuenta conmigo. @CensoEc	<b>Imagen del post:</b> 
<b>Fecha de publicación:</b>  09/12/2022	<b>Lenguaje:</b> Coloquial  <b>Lengua :</b>  Castellano/Kichwa	<b>Enlace:</b>  <a href="https://vm.tiktok.com/ZM2FBK15G/">https://vm.tiktok.com/ZM2FBK15G/</a>
<b>N* de reacciones:</b> 2031 <b>Comentarios:</b> 46	<b>Tipo de contenido</b>  Actuación	<b>Hashtags:</b>  #censo2022 #ecuadorcuentacontigo

<b>Añadido a favoritos:</b> 37 <b>Compartidos:</b> 10 <b>Visualizaciones</b> 33.100	<b>Tipo de vestimenta:</b> Cultural  -Colorido Chumbi (faja) -Blusas bordadas -Bayetas aterciopeladas -Accesorios de coral -Anaco negro	<b>Mensaje:</b> Me siento orgullosamente indígena y me auto identifico como tal.
--	--	---

Se ha evidenciado que la Tabla #42 del contenido de Nathaly Pilamunga muestra una interacción de 33.100 usuarios que han visualizado el contenido, 2031 reacciones, 46 comentarios, 37 añadidos a favoritos, 10 compartidos. Lo que caracteriza del contenido es que tiene un lenguaje coloquial, la lengua es kichwa y el castellano. Los hashtags que se han implementado son: #cesnso2022 y #ecuadorcuentacontigo. El tipo de vestimenta es cultural con una faja colorida chumbi, blusas bordadas, bayetas aterciopeladas, accesorios de coral y anaco negro. El tipo de contenido que presenta es acerca de una actuación. El mensaje es acerca de la identidad cultural.

### 4.3. Entrevistas.

#### 4.3.1. Entrevista Influencer Indígena Ecuatoriano.

**Nombre del entrevistado:** Leonardo Sefla

**Medio:** Virtual

**Fecha:** 30 de mayo del 2023

## ENTREVISTA AL INFLUENCER

N*	PREGUNTA	RESPUESTA	INTERPRETACIÓN
1	¿Por qué se centra más en la plataforma TikTok para realizar tus contenidos?	Si bien es cierto no he tenido y no me he abierto mucho con tantas personas para conversar esta situación, yo soy de las personas que se podría decir que no me gustaba mucho utilizar mucho la plataforma de tiktok porque lamentablemente vivimos en una sociedad donde la plataforma de tiktok se prostituyen es una plataforma muy buena para cualquier tipo de negocios, pero lo utilizan más para eso. Yo no lo utilizaba, pero empecé a subir contenido más que todo de los deportes que yo practico, de las cosas que yo hago. Y yo dije por curiosidad voy a subir a tiktok, abrí una cuenta hace dos años y tenía subido unos cuantos videos que pasa todo lo del paro. Yo en el paro estaba enfocado en lo que nosotros íbamos hacer, estábamos viviendo una problemática social bastante grande y nosotros como pueblo indígena estábamos exigiendo algo al gobierno, yo personalmente estaba enfocado a algo que íbamos nosotros como jóvenes como organizaciones estábamos enfocados en eso y yo no preste atención a lo que estaba pasando en las redes sociales, tampoco es que tenemos mucha conectividad y no sabía lo que pasaba. Pues yo después	Se considera que la apertura para correlacionarse con una red social siempre debe estar ligada a lo que desea demostrar y con ello también ser parte de un mismo interés. También se debe utilizar la plataforma TikTok como una herramienta e incluso para algo productivo.

		<p>cuando teníamos un poco de conectividad me enteré de mis hermanos familiares me llamaban y me decían “oye loco está pasando esto y estás saliendo en la tele”, y me enteré, y en ese tiempo todos me decían “loco mueve, has esto y esto y yo dije espérense, primero dejen que pase todo esto porque es diferente ver desde afuera lo que está sucediendo y que estar ahí y vivirlo. Tú  estás y cómo eres parte de algo tu debes estar apoyando a la gente, organizando, promoviendo para que no se desmotiven y que sigan en pie de lucha. Yo estaba enfocado en eso, la verdad no le dí mucha importancia en ese tiempo.</p>	
2	<p>¿Qué tipo de contenido ha realizado en tiktok?</p>	<p>Actualmente he estado bastante inactivo, no he estado moviendo mucho mis redes sociales, he estado más enfocado en hacer proyectos sociales. Hacemos lo que son labores sociales, yo siempre estoy enfocado a eso, actualmente estoy trabajando con la Fundación Metlife, Fundación internacional que está enfocada a atender a las necesidades de las comunidades, en el área de salud, también en infraestructura. Tuvimos una oportunidad de hacer brigadas médicas por algunas comunidades, en mi canto y otros cantones también. En cuanto a las redes sociales, lo que yo voy proyectado y tal vez cuando lo retome al 100% en la parte de las redes sociales, yo siempre he dicho a las personas que he conversado,</p>	<p>Es bueno conocer qué objetivo se desea alcanzar mucho más cuando eres una figura pública. Tener una responsabilidad hacia los consumidores de contenidos en tiktok. Se debe optar a que se muestre temas de gran importancia dentro de la plataforma tiktok. También hay que considerar que para realizar aquello de los contenidos se necesita de información sobre lo que está pasando en nuestra sociedad.</p>

		<p>siempre les digo, yo me centro a tener lo nuestro. Yo más allá de generar ingresos, si es cierto que las te da bastantes ingresos por eso que la mayoría de los jóvenes lo optan y dicen que quieren ser y dicen que yo quiero ser youtuber, quiero ser tiktoker, yo quiero ser esto. Pero más allá del ingreso económico debemos ver que estamos dejando para nuestra sociedad, para los jóvenes para los niños que nos están viendo. Lo que yo trato de dar el mensaje en mis contenidos, no son muchos de lo que he subido, pero los pocos que he subido es “ amar nuestra cultura, amar nuestra naturaleza , cuidar nuestra naturaleza, porque de ella somos y a ella volveremos, aparte de eso proyectar a los jóvenes de que podemos dedicarnos a los deportes, somos capaces de hacer cualquier cosa, sea la calistenia, sea el futbol, el básquet, el vóley, cualquier deporte somos capaces de todo, hacer muchas cosas, porque a la final yo publico contenidos igual de música porque también hago música y más o menos en influir a los jóvenes a no se limiten hacer una sola cosa sino muchas cosas.</p>	
<b>3</b>	¿Por qué escogiste ese tipo de contenido?	<p>Si he..., yo creo que viene del contexto social que yo crecí, formación crecí por mis padres y en todo el ámbito que he estado siempre metido, fui teniendo esa visión y antes de lo que pase lo del paro yo ya estaba proyectado a todo esto, lo de mi</p>	<p>Para realizar un contenido se debe entender la formación de uno en el hogar, con ello se puede tener una idea e incluso una visión de lo que desea realizar dentro de una plataforma.</p>

		marca como Runacalistenic y eso surgió mucho más antes, en el bum	
<b>4</b>	¿Cuál es el objetivo de tus contenidos que realizas en la plataforma tiktok?	Yo creo que enfocado para todo público en general. Aún no he subido contenido netamente que sean más educativos, aún no, lo que más o menos ya le dije lo que trato de transmitir en mis videos, una amar quienes somos, nuestra cultura, mantener nuestras raíces, el cuidado y amar a la naturaleza, publico muchos videos donde yo voy, y es de cierta forma influir a la gente de que si nosotros queremos disfrutar de esos paisajes debemos cuidar, si no cuidamos no vamos a disfrutar. Eso y el deporte, van de la mano, la cultura, el deporte, el cuidado del medio ambiente a la par con la música	El contenido debe tener un público objetivo por lo se debe planificar y que es lo que vas a mostrar en la realización de un contenido.
<b>5</b>	¿Qué estrategias utiliza para realizar tus contenidos en tiktok?	Yo siempre digo, bueno la verdad de los creadores de contenidos siempre hacen un guion, bueno, es bueno hacer un guion, no perderte de la idea que tienes, pero yo siempre hago que los videos salgan naturales, que salgan natural, como si alguien te estuviera grabando, en ese momento, y yo estoy conversando con alguien, un taita de mi comunidad y él me está enseñando algunas cosas que yo no sé y alguien está grabando, natural, no es nada actuado, nada preparado, todo natural. Es eso lo que trato de demostrar en los videos que hago	Para realizar un contenido se debe primero realizar un guion y con ello plasmar la idea del contenido que deseas mostrar en la plataforma digital. A veces es bueno también realizar contenidos de una manera natural porque eso demuestra y se proyecta la realidad de cómo es la persona que está siendo grabada
<b>6</b>	¿Considera que los contenidos que	Claro, yo creo que de cierta forma u otra algunas personas que no conocen algunas	Todo los contenidos que están en una plataforma digital influyen de una manera u

	<p>realizas en tiktok contribuyen a los jóvenes a que conozcan más, acerca de tu cultura? Ya que en tus contenidos muestras poco de tus costumbres y vestimenta cultural.</p>	<p>cosas de nuestra cultura por curiosidad ellos dicen: ah... de la cultura puruhá su vestimenta ha sido así y ya dicen ya la cultura puruhá es de poncho rojo ellos son de aquí de Chimborazo, ya tienen un poquito más de conocimiento o tal vez. El tema de infraestructura nuestras casitas son de adobe y aprenden también eso. Yo creo de una forma a otra salen aprendiendo de eso. En esos cortos videos salen aprendiendo mucho.</p>	<p>otra por ello se debe realizar un contenido de gran valor para los usuarios que consumen. Por lo tanto cuando se habla de una cultura como tal y eso proyectado en un contenido, llama la atención, porque la gente desconoce de aquello y es muy llamativo.</p>
7	<p>¿Considera que tus contenidos influyen a los jóvenes en su nivel de comunicación?</p>	<p>Bueno como le dije, no estoy subiendo mucho contenido en Tiktok y tampoco en Youtube, ni en Facebook Algunas personas piensan que no hablo el kichwa, la mayoría creo que es un poco por la situación actual que está viviendo esto del de las plataformas digitales donde cualquier persona sube contenido o se pone vestimenta, o sea pertenecen pero se ponen vestimenta después de mucho tiempo que no se pusieron o tal vez no valoraron su cultura y la mayoría de las personas no hablan kichwa de los que son digamos influencers por si decirlo, no todos. Algunos me han dicho oye tu si hablas kichwa y les digo si hablo kichwa y por qué no subes contenido hablando kichwa y le digo si pienso hacerlo y estoy en ese proceso pero ahorita estoy parado. Pero lo que me paso es algo muy interesante, bueno como la mayoría de niños jóvenes me conocen, tuve cercanía</p>	<p>Toda la influencia depende de lo que se desea proyectar o lo que se está proyectando, porque ahí se está demostrando de cómo hablas, como eres, y con ello se cataloga por medio de la visualización tu ser dentro de la plataforma digital tiktok, de cómo eres realmente y ahí se dan cuenta si es contenido de gran valor o no.</p>

		<p>en unas , no serían comunidades si no en cantón aquí en Chambo y los niños se interesan bastante por saber porque tengo el cabello largo, porque esto, me pregunta mucho y me dicen sabes kichwa y yo les digo si, si se kichwa, y me dicen podrías enseñarnos y es súper interesante que los niños pidan que les enseñe kichwa y uno se siente motivado a decirles vengan yo les enseño, aprendan conmigo, pero en las redes sociales no he subido mucho contenido pues hablando mi idioma, hay estados un poco de las historias que he puesto hablando en kichwa si pero de ahí videos videos en kichwa no mucho, si si , algunos se quedan asombrados, cuando me invitan a un lugar yo siempre empiezo hablando en kichwa es un respeto hacia mis taitas también, la lengua que está en resistencia una lengua que debe seguir en resistencia, así algún día tener ese auge como el castellano, una lengua más aquí, lastimosamente el estado nos dice que es una segunda lengua, no es como una lengua oficial sino como una segunda lengua alterna nada más y pues esperemos que algún rato independientemente que tu pertenezcas a una cultura indígena o no que todo el mundo hable o entienda por lo menos kichwa sería bueno, pero acá.</p>	
8	<p><b>¿Está de acuerdo que los contenidos que realiza en tiktok</b></p>	<p>Yo creo que es bastantísimo, actualmente vivimos en una sociedad que es fácil de manipular, fácil de influenciar y sobretodo</p>	<p>La manipulación de los jóvenes depende de su formación y de su educación. Bien se conoce que en la sociedad se plasma diferentes</p>

	<p><b>influyen en el entorno social de los jóvenes?</b></p>	<p>en las edades, hablemos desde 14 a 18 años, 19 años cuando tú en realidad sabes que quieres a dónde vas, hasta que tengas bien plasmado eso es fácil de influenciar, como le dije, hay niños que si me han dicho que porque me dejo crecer el cabello y es bonito y yo siempre les digo es bonito, pero más allá de hacerte crecer el cabello hazte crecer por algo, yo no me hice crecer porque es bonito o porque está de moda, si no es una forma de rescate y de resistencia porque sabemos que nuestros antepasados tenían el cabello largo pero con la invasión les cortaron el cabello de una forma de dominio y nosotros estamos en ese rescate y en esa resistencia, por eso yo les digo por esta razón les cuento la historia, les cuento como fueron su historia como fue mi proceso y ellos dicen ah... entonces yo también me voy hacer crecer por eso, yo también hacer resistencia y es súper bonito. La plataforma de tiktok hay un contenido multidiverso, contenido bueno, malo, re malo, hay mucho. Yo creo que por ejemplo digamos si tú te metes a ver, no sé un contenido más pegado como a la pornografía y tú te metes a ver esa clase de contenido te rebotan y te salen todo ese tipo de contenido, imagínate tú que a un niño para que no llore le dan el teléfono y les gusta estar metido en el tiktok y son videos super cortos y viendo cosas que no tendrían que ver y aprendiendo cosas que</p>	<p>pensamientos. Dentro de tiktok se ha visto un contenido de variedad, Se debe tener un control de lo que se consume, porque existe también un contenido que puede afectar las mentes.</p>
--	---	---	---

		<p>no tendrían que ver y como son niños y eso ven y dicen que vacan yo también voy a decir así y voy a expresarme así y voy a vestirme así. Entonces se debería de hacer un buen uso a esa plataforma, por eso te digo que si vas hacer un buen contenido y tu influyes a la sociedad has algo que influye bien, obviamente no tengo en contra de las personas que hacen de entretenimiento, es cierto también que hay momentos para entretenerse y despejar la mente de las cosas que tenemos que hacer y es súper bueno, pero también hay que sumar un poquito más para que aprendan los jóvenes.</p>	
--	--	---	--

**Elaborado por:** Diego Brito

En el cuadro de la entrevista se averiguó acerca de las redes sociales, influencers indígenas, impacto de contenidos y aporta con varias respuestas a las diferentes preguntas que se implementó y con ello complementa los puntos de vista que se ha requerido en la investigación.

#### **4.3.2. Entrevista a experto en redes sociales.**

**Nombre del entrevistado:** Mgs. Darío Brito

**Medio:** Presencial

Fecha: 13 de mayo del 2023

<b>ENTREVISTA AL ESPECIALISTA</b>			
<b>N*</b>	<b>PREGUNTA</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>INTERPRETACIÓN</b>
<b>1</b>	<b>¿Para usted que es una red social?</b>	Muchas veces confundimos lo que es una red social, creyendo que es Facebook o el Twitter son las redes sociales lo que no es así. Las redes sociales realmente son una asociación de personas un grupo de personas que permiten tener una vinculación donde existen criterios comunes. Lo que es Facebook, TikTok, Twitter ese tipo de aplicaciones son justamente sectores que permiten movernos y trabajar en estas redes sociales. Las redes sociales es la asociatividad de personas, grupo de personas que empatan en criterios comunes, mismos intereses.	La correlación de una red social se vincula más a la existencia de personas que tienen un mismo interés. El experto indica que ya han existido las redes sociales como tal. Hay que diferenciar lo que es una red social y lo que es una plataforma digital.
<b>2</b>	<b>¿Cuál es el principal propósito de una red social?</b>	Por de tener un conjunto de personas en poder encontrar o lograr tener un grupo social que combine criterios, la participación entre ellos con criterios comunes o con intereses comunes para cada uno de ellos.	Un propósito dentro de una red social siempre ha sido encajar a un grupo selectivo de personas que tengan los mismos intereses.
<b>3</b>	<b>¿Por qué son tan atractivas las redes sociales para los jóvenes?</b>	Las redes sociales nos permiten actualmente tener dos personalidades, siempre que manejamos nosotros. Las personas tienen dos tipos de identidad una identidad que tiene fuera de las redes sociales y otra dentro de las redes sociales. Los jóvenes se caracterizan por	La parte esencial de una red social en los jóvenes es el interés de que desea de acuerdo al consumo de sus contenidos o también para realizar una identidad que involucre sus características personales.

		<p>ese tipo de aspecto, podemos ver jóvenes tal vez cohibidos dentro de una sociedad que en las redes sociales son muy influencers, jóvenes que realmente destacan. Entonces en este mundo virtual les permiten hacer ellos o ser ellos, lo que en la vida común no puede ser. Grandes modelos, vendedores de contenidos. Es una manera de visibilizar a nivel mundial y es un gran espacio donde ellos pueden generar a una atracción a más jóvenes un impacto de visibilización hacia públicos que ellos puedan escoger, entonces eso es muy atractivo a los jóvenes. Ser el popular del colegio o ser el popular de la escuela tal vez en la vida real no lo pueden ser, no digo no lo pueden ser, porque hay personas que realmente son populares en su entorno o en las redes sociales.</p> <p>En las plataformas digitales actuales y uno de ellos es TikTok, descubrimos que muchos usuarios son actores y mucho son buenos actores algo que en la vida cotidiana ya no pudieran hacer, pero es fácil para ellos pararse enfrente de una cámara, actuar, prácticamente actúan, toman diálogos de películas y eso no lo pueden hacer en la vida real y esto es lo que motiva a los jóvenes, en estar en las redes sociales y poder visibilizarse y poder construir su</p>	
--	--	---	--

		identidad a través de estas plataformas digitales	
<b>4</b>	<b>¿Considera el uso excesivo de las redes sociales puede afectar el entorno social de los jóvenes?</b>	Por su puesto, yo considero que todo lo que es en exceso está mal y eso incluye las redes sociales y el mundo digital. El exceso es malo en todo ámbito y las redes sociales. Hay países y hay sociedades enteras, Japón es una muestra muy clara en donde los jóvenes pasan y viven en sus mundos virtuales más que en su vida real causando verdaderos conflictos y verdaderos problemas para una sociedad real, una sociedad sana, por eso considero que el poder tener una sociedad sana se debería controlar las redes sociales porque recordemos que los jóvenes son el futuro de un país por eso siempre es bueno manejar un ambiente virtual controlado.	Una sociedad que consume contenido de no gran validez tiende a entender la lógica de lo que ven o consumen. De cierta manera también es recomendable tener una moderación al consumo, ya que se entiende que lo excesivo puede afectar.
<b>5</b>	<b>¿Un buen manejo de las redes sociales podría visibilizar algunas culturas que existen en el Ecuador?</b>	Por su puesto, es cucho que las redes sociales son malas Facebook, tiktok es malo, yo creo que las redes sociales son muy buenas, el uso que le damos nosotros es muy diferentes. Si nosotros sabemos utilizar la tecnología y el mundo virtual, lo que son las redes sociales de una buena manera se puede generar grandes cosas, grandes productos que se puede trabajar por causas nobles y realmente por intereses es muy importantes para una sociedad, pero el uso que le damos a las redes	Un manejo de las redes sociales depende de lo que se desea mostrar. Estoy de acuerdo con lo que dice el experto. “Las redes sociales son buenas pero depende del uso que le demos para que pueda generar grandes cosas”. Por lo tanto hay que identificar el otro lado oscuro de las redes sociales donde se pueden verificar que no lo utilizan para algo bueno.

		<p>sociales ya depende de cada uno el uso que le demos. Si le podemos dar un uso académico, un uso de interés para la gente de formación por su puesto es excelente. Así también tenemos el otro lado de las redes sociales, el lado negativo u oscuro talvez en donde se ocupa justamente no para algo bueno, donde denigran a las personas entonces es el uso que le damos. Si nosotros le damos un buen uso es una herramienta digital, es una herramienta excelente como para poder llegar a los públicos que queremos.</p>	
6	<p><b>¿Qué tácticas o técnicas considera que debería implementar un influencer para impulsar la participación de los jóvenes las redes sociales?</b></p>	<p>La tecnología te permite mismo sectorizar y planificar una estrategia a través de marketing para llegar a estos públicos de acuerdo con las edades, regiones, ciudades, te dan muchas las posibilidades las redes sociales para poder hacer un trabajo de calidad. La clave está qué tipo de productos puedes generar y como llamar la atención al público objetivo.</p>	<p>El mundo virtual da una oportunidad de planificar e implementar estrategias que ayudan a que un contenido en una red social sea virilizado mediante por medio del marketing. Luego con ello se debe identificar que publico objetivo va dirigido el contenido. Uno de los cuales públicos es hacia los “jóvenes”.</p>
7	<p><b>Hablando de la plataforma tiktok, una red social donde la mayoría de los usuarios son jóvenes. ¿Considera que esa red social podría ser una herramienta que ayudaría a que más</b></p>	<p>Por supuesto yo considero que aquí viene la guía tanto como padres o docentes que son considerados como educadores como tales. Volviendo al tema, las redes sociales no son malas, las redes sociales son una herramienta muy importante como para poder generar gran aprendizaje, gran contenido, recordemos que la mayor</p>	<p>Tiktok está siendo una plataforma que abarca a varios jóvenes por las diferentes tendencias que se han implementado y una de ellas es acerca de demostrar su identidad cultural como tal. Está convirtiéndose como una herramienta donde existe contenido de gran valor para el consumo de los jóvenes.</p>

	<p><b>jóvenes se involucran en conocer diferentes culturas por medio de contenidos de gran valor?</b></p>	<p>biblioteca del mundo es justamente está en el internet, donde tú puedes conseguir todo tipo de información donde puedes auto educarte, entonces así las redes sociales te permiten todo este tipo de cosas por ejemplo: Tiktok ahora que está de moda aquí en el ecuador, tiene una alcance ya grande y sigue ganando justamente de los que son adictos a este tipo de plataformas, pues es una ventana más es una herramienta más donde las personas pueden ocupar para este tipo de red social. Hay que considera que hay diferentes tipos de contenidos.</p>	
<p><b>8</b></p>	<p><b>¿Si se hablara de influencers indígenas ecuatorianos, ellos influirían en los jóvenes dentro de su nivel de comunicación por medio de un contenido?</b></p>	<p>La verdad si, la sociedad somos animales agregaríos, significa que nos gusta movernos en masas o en manadas, entonces siempre nos gustan líderes que nos manejen, entonces los jóvenes son mucho más vulnerables a este tipo de cosas. Si es que hay un joven de nacionalidad o pueblos del ecuador que justamente pueda generar un contenido y llame la atención obviamente va ser tendencia o va llevar eso, ahora la responsabilidad de estos jóvenes. De hecho hay muchos jóvenes de nacionalidades indígenas que ya tienen sus plataformas y que venden mucho contenido, hay algunos contenidos que no valen la pena y otros contenidos que valen y son importantes donde te</p>	<p>Estoy de acuerdo con lo que interpreta el experto dando a conocer que nosotros los seres humanos necesitamos movernos en manada y por ende con un líder que nos maneje. Esto quiere decir que si una persona que tiene gran apego en sus contenidos puede ser influyente por medio de características que llamen la atención y eso también depende por las diferentes tendencias que puede genera haciendo que pueda tener una gran responsabilidad con su comunidad, empoderándose dentro de una plataforma.</p>

		<p>venden cultura, te venden formación y aspectos muy importantes, entonces eso es el mundo digital. Entonces en nosotros está justamente que tipo de contenido consumimos y en los influencers, hay influencers que hay contenido de mucha calidad. Por ello ellos son los que venden la cultura, qué mejor de que ellos mismo nazca empoderamiento de las personas y es importante ver estas nacionalidades, como cada vez van habiendo más personajes que van generando más contenido y muchos de ellos de calidad pero así también tenemos la parte no valida que no genera aun gran valor. Nuevamente en nosotros está en poder generar y poder saber que consumimos y poder diferenciar y ver contenido que nos sirva de algo.</p>	
--	--	--	--

**Elaborado por:** Diego Brito (2022)

En el cuadro de la entrevista se averiguó acerca de las redes sociales, influencers indígenas, impacto de contenidos y aporta con varias respuestas a las diferentes preguntas que se implementó y con ello complementa los puntos de vista que se ha requerido en la investigación.

#### 4.4. Revisión documental de la investigación.

Revisión documental del investigación						
Titulo/Autores	Año	País	Método de estudio	Problemática	Instrumentos de recolección de Datos	Link o Sitio donde se obtuvo la información
Las redes sociales más vistas en ecuador y el salto de tiktok.	2022	Ecuador	Cualitativa y Cuantitativa	Las redes sociales y el crecimiento de TikTok	Análisis sistemático	<a href="https://www.boa.ec/ultimo-post/redes-sociales-ecuador#:~:text=En%20segundo%20lugar%20se%20encuentra,%E2%80%93%20Innovation%20%26%20Lifetime%20Value%20Partners.">https://www.boa.ec/ultimo-post/redes-sociales-ecuador#:~:text=En%20segundo%20lugar%20se%20encuentra,%E2%80%93%20Innovation%20%26%20Lifetime%20Value%20Partners.</a>
Medios digitales en ecuador, cuántos son y que hacen	2013	Ecuador	Cualitativa y cuantitativa	Conocer los medios que publican, investigan y difunden información noticiosa en internet. Los formatos digitales de radio, prensa y televisión así como las nativas del internet fueron parte del estudio que integra a 254	Elaborar y enviar una carta para los directores de comunicación de los GAD. Convocación a medios informativos que funciones exclusivamente en internet.	<a href="https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5791082">https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5791082</a>

				medios ecuatorianos.	Invitación a los medios digitales y con ello con un formulario de registro. Búsquedas exhaustivas en Google y Bing	
Fundamentación teórica	2008	Venezuela	Cualitativa	Revisión bibliográfica y fundamentación de la investigación	Fundamentación propia	<a href="http://investigacionholistica.blogspot.com/2008/02/fundamentacin-terica-y-conceptual.html">http://investigacionholistica.blogspot.com/2008/02/fundamentacin-terica-y-conceptual.html</a>
La comunicación	2015	Ecuador	Cualitativa	La comunicación como herramienta persuasiva	Opinión personal	<a href="http://bloggerpersonalyani.blogspot.com/2015/07/la-comunicacion.html">http://bloggerpersonalyani.blogspot.com/2015/07/la-comunicacion.html</a>
El estructuralismo en comunicación	2018	México	Cualitativa	Ubicar la génesis del paradigma estructuralista de la Comunicación, configurado de inicio desde las miradas antropológicas y	Reportes de análisis	<a href="http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/103617/secme-32666_2.pdf?sequence=2&amp;isAllowed=y">http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/103617/secme-32666_2.pdf?sequence=2&amp;isAllowed=y</a>

				lingüísticas principalmente, pero que fue derivando hacia la conformación de sus propios modelos analíticos bajo una impronta filosófica y sociológica que expandió los objetos de estudio de la comunicación, al considerar las posibilidades de significación de cada aspecto de la vida social cual ha entenderse como una infinita constelación de símbolos, una semiósfera.		
Alexander Sánchez Upegui /Comunicación digital: nuevas posibilidades y rigor informativo	2011	Colombia	Cualitativa	Explorar el concepto, características y propiedades de la comunicación digital.	Aportes teóricos Variación de contenidos .	<a href="https://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/214">https://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/214</a>
Sitios de redes sociales: definición historia y becas. /	2007	EE.UU	Cualitativa	Los sitios de las redes sociales (SNS)	Fundamentación teórica y	<a href="https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x">https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x</a>

danah m. chico, Nicole B Ellison				están atrayendo cada vez la atención de investigadores académicos. Describir las características del (SRS)	de artículos y aportación de expertos en la materia	
Facebook: ¿todo sobre la red social más usada en el mundo!/ Werik Concalves	2016	Brasil	Cualitativa y Cuantitativa	La red más usada en el mundo	Fundamentación propia e fundamentación histórica. Análisis de Facebook	<a href="https://rockcontent.com/es/blog/facebook/#:~:text=Facebook%20es%20la%20principal%20red,el%20mundo%20de%20las%20comunicaciones">https://rockcontent.com/es/blog/facebook/#:~:text=Facebook%20es%20la%20principal%20red,el%20mundo%20de%20las%20comunicaciones</a> .
Instagram como herramienta de comunicación publicitaria: El caso de Made with lof/ Madrigal Romero Cristina.	2015	España	Cualitativa y Cuantitativa	Conocer la utilidad de la red social Instagram como medio de comunicación publicitaria en el ámbito de las marcas y comparar su efectividad frente a otra red social Facebook.	Revisión bibliográfica teórica Análisis de diversas bases de datos y estudios estadísticos. Procedimientos y descripciones de	<a href="http://hdl.handle.net/11441/41561">http://hdl.handle.net/11441/41561</a>

					carácter gráfico. Análisis de cuenta de Instagram y Facebook	
Centennials en TikTok: Tipología de videos. Análisis y comparativa España- Gran Bretaña por género, edad y nacionalidad/ Suárez Álvarez y García Jiménez	2021	España	Cuantitativa y Cualitativa	TikTok es una red social nativa digital que ha logrado generar interés entre los adolescentes pero ¿Qué tipo de contenido se crean y difunden en esta aplicación de tiktok?	Análisis de contenido	<a href="https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1503">https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1503</a>
Aguirre Andrea / ¿Cuántos seguidores debes tener para ser considerado influencer?	2023	Ecuador	Cualitativa y Cuantitativa	¿Cuántos seguidores debería tener una persona para ser considerado influencer?	Fundamentación propia y Análisis de bases de datos	<a href="https://www.forbes.com.ec/columnistas/cuantos-seguidores-debes-tener-ser-considerado-influencer-n29540">https://www.forbes.com.ec/columnistas/cuantos-seguidores-debes-tener-ser-considerado-influencer-n29540</a>
AJ Willingham, Leah Asmelash, Scottie Andrew/ Las formas más importantes en que	2023	EE.UU	Cualitativa	¿Cuál es el cambio de forma en que tiktok afecta en	Fundamentación propia.	<a href="https://edition.cnn.com/2023/04/02/us/tiktok-american-culture-effects-cec/index.html">https://edition.cnn.com/2023/04/02/us/tiktok-american-culture-effects-cec/index.html</a>

tiktok ha cambiado la cultura estadounidense				la como vivimos?	Análisis de base de datos	
Sandra del Rocio Naula Manyá, José Luis Guaranga Chafra / Análisis de la evolución de la cultura purúha en el imaginario social de la población de Colta, durante enero-julio 2017	2018	Ecuador	Científico. No experimental. Descriptivo.	¿Cómo la evolución de la cultura purúha influye en el imaginario social de la población de Colta durante enero-julio 2017?	Encuesta / Cuestionario  Entrevista / Guía de entrevista	<a href="http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/4860/1/UNACH-EC-FCP-COM-SOC-2018-0014.pdf">http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/4860/1/UNACH-EC-FCP-COM-SOC-2018-0014.pdf</a>
Anaícel Góngora Gonzales / Caracterización sociocultural de la comunidad de la facultad de ciencias técnicas en la Universidad de las Tunas	2012	Cuba	Cualitativo y Cuantitativo	La influencia del desarrollo sociocultural, profundizar conocimientos e información.	Indagación científica  Fundamentación teórica	<a href="https://www.eumed.net/rev/cccss/20/agg2.html">https://www.eumed.net/rev/cccss/20/agg2.html</a>
Grupo del Banco Mundial	2022	EE.UU	Cualitativo Descriptivo	Los pueblos indígenas son sociedades y comunidades culturalmente únicas. Aunque tienen una relevancia aproximadamente el 6% de la	Fundamentación propia  Análisis de pueblos y nacionalidades	<a href="https://www.bancomundial.org/es/topic/indigenouspeoples">https://www.bancomundial.org/es/topic/indigenouspeoples</a>

				población mundial, representan alrededor del 19% de las personas extremadamente pobres.		
Comprender los roles y la posición en la ciencia y la educación indígena / David- Chavez & Layden, T.	2022	EE.UU	Científico. Descriptivo.	Comprensión de la posición teniendo poder y privilegio de las identidades culturales	Análisis del posicionamiento cultural. Fundamentación científica	<a href="https://www.indigenouslandstewards.org/resource-hub/blogs/understanding-roles-and-positionality-in-indigenous-science-and-education">https://www.indigenouslandstewards.org/resource-hub/blogs/understanding-roles-and-positionality-in-indigenous-science-and-education</a>
Análisis de contenido ¿Qué nos están diciendo? / Joan Guix Oliver	2008	España	Cualitativo.	Analizar a técnica de análisis de contenido, su concepto, definición, metodología, ventajas y limitaciones	Análisis de contenido Fuentes documentales	<a href="https://doi.org/10.1016/S1134-282X(08)70464-0">https://doi.org/10.1016/S1134-282X(08)70464-0</a>
La entrevista recurso flexible y dinámico / Laura Díaz Bravo, Uri Torruco García, Mildred Martínez Hernández,	2013	México	Cualitativa	Definir la entrevista, revisar su calificación haciendo énfasis en la semiestructurada por ser	Fuentes documentales  Entrevista.	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2007505713727066">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2007505713727066</a>

Margarita Valera Ruiz.				flexible, dinámica y no directa.		
La encuesta / Pedro Roldan López, Sandra Fachelli	2016	España	Cuantitativo Cualitativo Científico	Verificación de la técnica de investigación social del más extendido uso de la sociología que ha sido visibilizado por la investigación científica	Fundamentación propia y científica	<a href="http://ddd.uab.cat/record/163567">http://ddd.uab.cat/record/163567</a>
Revisión documental, una herramienta para el mejoramiento de las competencias de lectura y escritura en estudiantes universitarios / Dustin Tahisin Gómez Rodríguez, Yeimmy Carranza Abella, Camilo Andrés Ramos Pidena	2016	Ecuador	Cualitativo	Mejorar las competencia lingüísticas y escritura de los estudiantes de administración de empresas de la Fundación Universitaria Empresarial	Revisión documental Matrices	<a href="https://doi.org/10.37135/chk.002.01.04">https://doi.org/10.37135/chk.002.01.04</a>

Guillermo Westreicher/ Matriz de datos	2021	España	Cualitativo y Cuantitativo	Conocimiento de los que es una matriz de datos.	Fundamentación propia Revisión documental	<a href="https://economipedia.com/definiciones/matriz-de-datos.html">https://economipedia.com/definiciones/matriz-de-datos.html</a>
Bernardo Robles / La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antrofísico	2011	México	Cualitativo	Determinar la dimensión del contenido de una entrevista	Análisis de entrevistas  Entrevistas	<a href="https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35124304004">https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35124304004</a>
Manuel Galán Amador/ El cuestionario aplicando a la investigación	2009	Colombia	Cualitativa	Como el cuestionario se aplica en la investigación	Fundamentación propia	<a href="https://manuelgalan.blogspot.com/2009/04/el-cuestionario-en-la-investigacion.html">https://manuelgalan.blogspot.com/2009/04/el-cuestionario-en-la-investigacion.html</a>
Victoria Eugenia Valencia López / Revisión documental en el proceso de investigación	2023	Colombia	Cualitativa	Identificar las bases de datos especializados en el marco de los procesos de investigación	Fundamentación Teórica  Revisión documental	<a href="http://univirtual.utp.edu.co/pandora/scripts/oar/oar.php?f8032d5cae3de20fcec887f395ec9a6a=VW5pdmlydHVhbCBVVFA=&amp;198bf4649ab61d149f3baaaf4a760ebd=MTEExNA==&amp;531ac50224f238df5d6efdaf36507cf2=cGVkYWdvZ2lhdW5pdmlydHVhbEB1dHAuZWRI1LmNv">http://univirtual.utp.edu.co/pandora/scripts/oar/oar.php?f8032d5cae3de20fcec887f395ec9a6a=VW5pdmlydHVhbCBVVFA=&amp;198bf4649ab61d149f3baaaf4a760ebd=MTEExNA==&amp;531ac50224f238df5d6efdaf36507cf2=cGVkYWdvZ2lhdW5pdmlydHVhbEB1dHAuZWRI1LmNv</a>
Luisa Pérez / Influencer Marketing: como apalancar a tu marca en el mundo digital con esta poderosa estrategia	2020	Cuba	Cualitativa y Cuantitativa	Todavía hay personas que tienen la incógnita que es el Marketing de influencers	Análisis de contenidos  Fundamentación propia	<a href="https://rockcontent.com/es/blog/marketing-de-influencers/">https://rockcontent.com/es/blog/marketing-de-influencers/</a>

Stacey McLachlan / Como utilizar tiktok: los principiantes comienzan aquí.	2021	Canadá	Cualitativa  Cuantitativa	Descubrir cómo utilizar tiktok, desde crear una cuenta y explorar la app incluso como utilizar las funciones de edición más populares.	Análisis de contenido.  Fundamen tación propia y teórica	<a href="https://blog.hootsuite.com/es/como-usar-tiktok/#Que_es_TikTok">https://blog.hootsuite.com/es/como-usar-tiktok/#Que es TikTok</a>
--	------	--------	---------------------------------	--	---	---

#### **4.5. Discusión de Resultados.**

En este presente proyecto de investigación de análisis de contenido de los influencers indígenas en la plataforma TikTok tiene como arista conocer acerca del impacto de los contenidos en los jóvenes de 18 a 21 años de la Carrera de Comunicación de la UNACH en el periodo julio-diciembre 2022. Esta investigación está respaldada con la creación y aplicación de las matrices de análisis de contenido que se realizó a tres influencers indígenas ecuatorianos y también la realización de las encuestas fueron dirigidas justamente hacia la población como tal de 369 estudiantes de la carrera de comunicación de la UNACH y además para complementar, se hizo dos entrevistas, a un influencers indígena ecuatoriano “Leonardo Sefla” y al experto en redes sociales “Mgs. Darío Brito” quienes han dado su aporte en respuesta a las preguntas del cuestionario de la entrevista y con ello ayudan a reforzar este análisis.

Por lo tanto, después de haber concluido con el proceso de investigación, aplicación, análisis e interpretaciones de las diferentes herramientas para la recolección de información, se evidenció que han dado un gran aporte. También hay que considerar que se implementó a autores académicos en la investigación como tal.

Para dar un inicio a esta investigación se inició con la encuesta, fue con una preparación objetiva y también hacia una población objetiva que fueron los estudiantes, por lo que ellos conocen acerca de los diferentes influencer indígenas que existen en la plataforma tiktok, y por ende se les encuestó para que den una aportación de opiniones.

Dando referencia a lo que es una encuesta los siguientes autores López & Fachelli (2015) Permite obtener y analizar información con cierto contenido o carácter social y referida esencialmente a hechos o acontecimientos más objetivos en los que los encuestados son los

protagonistas, refiriéndose a sus condiciones de vida, conocimientos o recuerdos personales y sociales. Si bien se puede plantear la cuestión de formalizar las relaciones sociales para analizar las interacciones sociales, la caracterización de las poblaciones de manera individual captura eventos pasados (pág. 4).

Con ello la recopilación de información mediante la encuesta con diferentes preguntas, una de las preguntas es acerca de la orientación sexual, se identificó que la gran mayoría son mujeres dando un porcentaje del 51,5% que da 190, y 174 hombres con un resultado de 47.2% y el ultimo es de 5 estudiantes con un resultado de 1.4% que son de otra orientación sexual. De lo que se ha evidenciado, los estudiantes utilizan más Tiktok por lo que se considera que es una plataforma que va en crecimiento, por lo tanto, el 58.5% da una referencia de 216 estudiantes haciendo relación aquello de Tiktok, ya que es una plataforma digital nativa que ha logrado captar el interés de los adolescentes (Suárez-Álvarez & García-Jiménez, 2021, pág. 6).

Otra arista es de que los estudiantes utilizan más el dispositivo electrónico “celular” dando una apreciación de 94,9% relacionado a 350 estudiantes para consumir los contenidos con un horario de consumo de 2 a 3 horas y 3 a 4 horas indicando que la mayoría de los jóvenes saben estar en las redes sociales mucho tiempo en el día. Por ello hay que entender que es una red social “es una asistencia digital que permite crear perfiles públicos o semipúblicos dentro de un determinado sistema restringido y compartir conexiones con ellos y conexiones realizadas por otros en el sistema” (Boyd & Ellison, 2007, pág. 7).

Entonces esto hace entender que es un servicio donde las personas pueden crear su mundo virtual y que tienen los mismos intereses.

En cambio Dario Brito menciona que “Las redes sociales realmente son una asociación de personas o un grupo de personas que permiten tener una vinculación donde existen criterios

comunes. Lo que es Facebook, Tiktok, Twitter ese tipo de aplicaciones, son justamente sectores que permiten movernos para trabajar en estas plataformas digitales. Las redes sociales es la asociatividad de personas o grupo de personas que empatan en criterios comunes y mismos intereses”.

Esto referente las opiniones entre los autores y el experto tienen una validez de que si influye la red social a los jóvenes, ya que buscan ser parte de, o estar influenciados por su entorno social, dado el caso en la encuesta hace referencia a esto, ya que el 87,8 % que son 324 estudiantes son correlacionados en el entorno social de Tiktok, con ello se evidencia que se ha enfocado como una red social muy llamativa y que tiene una interacción en donde pueden compartir y construir su mundo virtual.

Dario Brito da una acertación donde las redes sociales si influyen en el entorno social de los jóvenes, pero hay que considerar que todo lo excesivo es malo y eso incluye las redes sociales y el mundo digital. También realizó una referencia acerca de Japón ya que es una muestra muy clara en donde los jóvenes pasan y viven en sus mundos virtuales más que en su vida real causando verdaderos conflictos y verdaderos problemas para una sociedad sana por eso considera que el poder de una sociedad debería ser controlado y es muy influyente.

Para entender más acerca de lo que se investigó entorno de los contenidos de los influencers indígenas ecuatorianos, se tiene entendido lo que es una red social y como influencia en los jóvenes. Ahora se identificó como una herramienta que ayudaría a visibilizar a una cultura por medio de contenidos. La participación de los influencers indígenas en un mundo virtual por medio de una plataforma es considerada como una comunicación en donde expresan su estructura de sociedad por medio de un contenido en TikTok. Pero esto es apoyado y correlacionado por una teoría de comunicación que es la estructuralista donde se identifica las acciones y formas de expresarse en los grupos sociales.

“El estructuralismo tiende como objetivo reconstruir las reglas que dan diferentes significados a las acciones, objetos y palabras en el curso de la interacción social” (Pérez A. , 2018, pág. 45). Una muestra desde la vida cotidiana en donde es enfocada la teoría estructuralista siendo que parte de un método en el cual puede identificar las acciones y formas de expresarse de los grupos sociales y culturales, siempre ha estado enfocado para identificar sus métodos lingüísticos dentro de una estructura social. Para aquello en esta investigación se habló acerca de los influencers indígenas en donde proyectan su físico, costumbres, vestimenta cultural y su modo de hablar para demostrar un enfoque en el que influyen a los jóvenes dentro de la plataforma Tiktok. 58,3% representado por 215 estudiantes indican que los contenidos de los influencers indígenas ecuatorianos influyen en su nivel de comunicación.

Dentro de la cultura existe la influencia como parte del desarrollo decisivo que no se puede hablar de cultura sin sociedad, como puede hablar de sociedad humana sin su nombre. Los esfuerzos por educar a la gente en socializar con la cultura tienen un proceso llamado democratización de la cultura (Góngora, 2012, pág. 67).

Hay que entender que ellos siempre han estado en una lucha social en que sean tomados en cuenta en diferentes aspectos dentro de este mundo virtual por medio de contenidos. De acuerdo con la encuesta hacia los estudiantes determinó que el 97,6% que son 360 encuestados están de acuerdo de que las redes sociales son una herramienta que ayudaría a visibilizar una cultura indígena por medio de un contenido. Y esto da relevancia de que Tiktok ha sido y es un apoyo para los diferentes influencers indígenas ecuatorianos.

Por ende, Darío Brito comenta acerca de Tiktok como una herramienta que ayuda a la visibilización de algunas culturas del Ecuador: “Tiktok es una herramienta digital perfecta

para llegar a diferentes públicos y también para poder generar aprendizaje, se debe considerar que el internet es la mayor biblioteca del mundo donde uno mismo puede auto educarse. TikTok ahora está de moda en el Ecuador, tiene un alcance grande y sigue ganando, pues es una ventana más para las personas”. Si se da un buen uso, es una herramienta digital perfecta para llegar a los públicos que queremos. Leonardo Sefla también comenta acerca de aquello, donde menciona que “de cierta manera algunas personas que no conocen algunos aspectos culturales se sorprenden por la cultura puruhá donde su identificación es el poncho rojo. También menciona que todo comunica porque de una u otra forma se aprende de aquello.” En los videos que realiza se aprende mucho.

También Leonardo comenta “que actualmente vivimos en una sociedad que es fácil de manipular, fácil de influenciar y sobretodo en las edades, hablemos hasta que tengan bien plasmado lo que desea, mientras tanto es fácil de influenciar. En la plataforma de Tiktok hay un contenido multi diversos, contenido bueno, malo, re malo, hay mucho. Entonces se debería de hacer un buen uso a esa plataforma, por eso, si se realiza un buen contenido e influyes a la sociedad se debe realizar algo que influya bien, pero también hay que sumar un poquito más para que aprendan los jóvenes”. Por ello según la encuesta realizada el 68,3% representado por 252 que han sido encuestados refleja que siguen a un influencers indígena en las redes sociales. Por ende la realización de los contenidos de los influencers indígenas ecuatorianos siempre tienen una parte características en donde muestran todos sus aspectos culturales dentro de un video para la plataforma Tiktok.

Darío Brito menciona una parte relacionada al tema: “La tecnología te permite mismo sectorizar y planificar una estrategia a través de marketing para llegar a estos públicos de acuerdo con las edades, regiones, ciudades, te dan muchas las posibilidades las redes sociales

para poder hacer un trabajo de calidad”. La determinación de los jóvenes es que se influncian por características que llaman la atención y si hablamos sobre la cultura indígena se vincula por medio de figuras públicas donde demuestra por medio de un video sus aspectos culturales.

Con ello se demuestra que en la matriz de análisis de contenido, donde se visualizan la interacción de las diferentes matrices de los diferentes influencers indígenas ecuatorianos dentro de la plataforma TikTok donde demuestra que hacen que los usuarios o también llamados seguidores se vinculen por las emociones e inspiraciones. Dentro de la encuesta el 83,2% representado por 307 estudiantes refleja que los influencers indígenas ecuatorianos que por medio de sus contenidos en Tiktok pueden traer emociones e inspiraciones. Una parte esencial es de que los estudiantes consumen los contenidos de diferentes influencers indígenas por ello se demuestra que 46.1% representado por 170 estudiantes conocen al influencer indígena Leonardo Sefla, muestra una gran interacción de 415.500 usuarios que han visualizado, también los más característico del contenido es de que tiene una lenguaje coloquial y una lengua entre el kichwa y castellano. Los hashtags no se han implementado. El tipo de vestimenta llama la atención, ya que la figura pública Leonardo Sefla pertenece a una cultura indígena y el representa con una vestimenta de un sombrero amestizado, un buzo, pantalón de tela de color negro y zapatos negros. El tipo de contenido que presenta, es acerca de un deporte llamado calistenia pero lo más interesante es por el sobrenombre llamado “Runacalithenics” que hace entender que ese deporte lidera una indígena ecuatoriano.

Luego esta seguido el 21,1% representado por 78 estudiantes que han elegido la opción del nombre de Elizabeth Guaminga, muestra una mayor interacción de 2.600.000 usuarios que han visualizado el contenido, 87.800 reacciones, 563 comentarios, 2532 añadidos a favoritos,

434 compartidos. También lo que caracteriza del contenido es que tiene un lenguaje coloquial, la lengua es el castellano y no el kichwa. Los hashtags que se han implementado son: #comedia, #ecuador, #viral, #foryou y #parati. El tipo de vestimenta es casual con una chompa de deporte tricolor, licra ploma. El tipo de contenido que presenta es acerca de una actuación con música de fondo. El mensaje es acerca de un deporte llamado futbol e involucra con una persona que le cataloga como expareja.

Por último el 14,1% representado por 52 estudiantes conocen a Nataly Pilamunga, muestra una interacción de 1.300.00 usuarios que han visualizado el contenido, 70.500 reacciones, 2769 comentarios, 1922 añadidos a favoritos, 388 compartidos. Lo que caracteriza del contenido es que tiene un lenguaje coloquial, la lengua es kichwa y el castellano. Los hashtags no se han implementado. El tipo de vestimenta es cultural con una faja colorida chumbi, blusas bordadas, bayetas aterciopeladas, accesorios de coral y anaco negro. El tipo de contenido que presenta es acerca de una actuación. El mensaje es acerca de una respuesta de cuando le dicen suegro a mi papá.

Entonces se observa que la mayoría han conocido a diferentes influencers indígenas y uno de los aspectos que les conocen es por sus características culturales que han demostrado en sus diferentes contenidos en la plataforma Tiktok. Relacionado a esto, el 68,6% representado por 253 estudiantes encuestados consideran que el aspecto que debería ser visibles son sus “costumbres” al realizar su contenido en tiktok, seguido por el 22,8% representado por los 84 estudiantes que eligieron la opción “vestimenta”, luego 5,1% representado por 19 estudiantes por eligieron “su forma de expresarse” y por último está el 3,5% que representa 13 estudiantes que eligieron la opción de el “físico”.

Darío Brito menciona acerca del tema: “La sociedad son animales gregarios donde les gusta moverse en masas o en mana por ende les gusta ser liderados por alguien donde los maneje, y esto va más a los jóvenes que son fáciles de influenciar. Si los influencers indígenas generan contenido de gran valor obviamente va ser tendencia y va a influenciar a los jóvenes como tal. Pero hay influencers que realizan gran contenido de mucha calidad. Por ello son los que venden la cultura, qué mejor de que ellos mismo nazca empoderamiento de las personas y es importante ver estas nacionalidades, como cada vez van habiendo más personajes que van generando más contenido y muchos de ellos de calidad pero así también tenemos la parte no valida que no genera aun gran valor. Nuevamente en nosotros está en poder generar y poder saber que consumimos y poder diferenciar y ver contenido que nos sirva de algo”.

## **CAPÍTULO V. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES**

### **5.1. Conclusiones.**

Se identificó el consumo masivo de los contenidos de los influencers indígenas en la plataforma TikTok y que conoció que son de gran relevancia, ya que la mayoría de los

jóvenes de los 369 estudiantes de la Carrera de Comunicación de la UNACH en el periodo julio-diciembre 2022 conocen acerca de lo que es las redes sociales e incluso tienden a que el celular es el dispositivo electrónico que más utilizan donde pueden ver los contenidos y con un periodo de tiempo de 2 hasta 4 horas de consumo, la red social que utilizan más es el TikTok, ya que es considerada una plataforma de gran crecimiento y donde también los jóvenes son influenciados en su entorno social y comunicacional, la característica es de que pueden observar su contenido de gran interés e incluso que sean parte de ese mundo virtual.

Se establece que la mayoría de los contenidos de los influencers indígenas que fueron analizados e implementados en esta investigación de Leonardo Sefla, Nataly Pilamunga y Elizabeth Guaminga quienes han sido una gran significación para la mayoría de los 369 jóvenes estudiantes de Comunicación de la UNACH, forman parte de aspectos culturales, costumbres, el físico, modo de hablar y vestimenta entorno a los influencers por medio de un contenido subido en la plataforma TikTok. Se demuestra que la influencia de los contenidos son formados mediante el entorno social y comunicacional en donde los diferentes contenidos de gran valor muestran características llamativas como: ayuda social, deportiva e incluso donde enseñan su modo de hablar por su lengua que es el Kichwa que forman parte de los diferentes influencers indígenas y por ello es llamativo ya que promueven las emociones y fidelidad de cada uno de ellos por medio de la plataforma TikTok, ya que en el análisis de contenido se pudo apreciar diferentes aspectos, como el número de likes, comentarios, compartidas, añadido de favoritos, vestimenta, lengua, lenguaje, tipo de hashtags, mensaje.

## **5.2. Recomendaciones.**

Se recomienda profundizar el tema del análisis de contenido de los influencers indígenas en la plataforma Tiktok y el impacto en los jóvenes de 18 a 21 años de la Carrera de Comunicación de la UNACH, pero ahora con amplitud donde se involucre a más jóvenes e incluso a personas de otras edades. De tal manera que permita ahondar la problemática de la influencia de los contenidos de los diferentes influencers indígenas ecuatorianos dentro de la plataforma TikTok involucrando y mejorando las perspectivas de la sociedad ya que permite comprender la interacción y la manera que pueden ser parte de un entorno social digital y comunicacional.

Debido a que la plataforma TikTok se ha convertido en una red social viable y de gran crecimiento para el consumo de los contenidos de los diferentes influencers indígenas ecuatorianos, se recomienda una metodología que emplee analizar el impacto por medio de materiales de argumentación y análisis que ayuden a verificar que es lo que más influye en los jóvenes o en otra personas de otras edades, en especial si es por las características de una cultura por su modo de hablar, físico, costumbres y vestimenta que son parte significativa de la misma.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Aguirre, T. A. (15 de 02 de 2023). *¿Cuántos seguidores debes tener para ser considerado un influencer?* Obtenido de ForbesEC:

<https://www.forbes.com.ec/columnistas/cuantos-seguidores-debes-tener-ser-considerado-influencer-n29540>

Banco Mundial - BIRF AIF. (14 de 04 de 2022). *Entendiendo a la pobreza*. Recuperado el 10 de 11 de 2023, de Pueblos indígenas: <https://www.bancomundial.org/es/topic/indigenouspeoples>

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (01 de 10 de 2007). *Journal of Computer\_Mediatec Mommunication*. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

Chavez, D., & Layden, T. (12 de 07 de 2022). *Comprender los roles y la posición en la ciencia y la educación indígenas. Laboratorio de administradores de datos y tierras indígenas*. Obtenido de Indigenouslandstewards: <https://www.indigenouslandstewards.org/resource-hub-blogs/understanding-roles-and-positionality-in-indigenous-science-and-education>

Costa, C. V. (2015). *Un estudio sobre el uso de las redes sociales como un discurso contrario a una campaña publicitaria*. Madrid: Repositorio Universidad Complutense de Madrid.

Delgado, F. Y. (12 de 07 de 2015). *La Comunicación*. Recuperado el 22 de 10 de 2023, de Blogger Artículos: <http://bloggerpersonalyani.blogspot.com/2015/07/la-comunicacion.html>

Díaz-Bravo, L., Torruco, G. U., Martínez, H. M., & Varela, R. M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *ELSEIVER. Vol. 2 (7)*, 162-167. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2007505713727066>

Galán, M. A. (27 de 04 de 2009). *El cuestionario en la investigación*. Recuperado el 10 de 11 de 2023, de Metodología de la Investigación: <https://manuelgalan.blogspot.com/2009/04/el-cuestionario-en-la-investigacion.html>

Gómez, R. D., Carranza, A. Y., & Ramos, P. C. (2017). Gómez, Carranza & Ramos, (2017). Revisión documental una herramienta para el mejoramiento de las competencias de lectura y escritura en estudiantes universitarios. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*. (1) , 46-56. Recuperado el 10 de 11 de 2023, de <https://chakinan.unach.edu.ec/index.php/chakinan/article/view/10>

Góngora, G. A. (2012). *Caracterización sociocultural de la comunidad de la Facultad de Ciencias Técnicas en la Universidad de las Tunas, en Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Cuba: Repositorio Universidad de las Tunas Vladimir Ilich Lenin. Recuperado el 10 de 11 de 2023, de <https://www.eumed.net/rev/cccss/20/agg2.html>

Hurtado, D. B. (17 de 02 de 2008). *Fundamentación teórica y conceptual*. Recuperado el 10 de 11 de 2023, de Investigación holística: <http://investigacionholistica.blogspot.com/2008/02/fundamentacin-terica-y-conceptual.html>

López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cualitativa*. Barcelona, España: Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperado el 11 de 11 de 2023, de [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua\\_a2016\\_cap2-3.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf)

Madrigal, R. C. (11 de 09 de 2015). *Instagram como herramienta publicitaria: el caso de made with lof. (Trabajo fin de grado inédito) Universidad de Sevilla, Sevilla*.

Recuperado el 10 de 11 de 2023, de Publicidad y Relaciones públicas:  
<http://hdl.handle.net/11441/41561>

Maldonado, P. (04 de 01 de 2022). *Las redes sociales más vistas en Ecuador y el salto de Tiktok*. Recuperado el 10 de 11 de 2023, de BOA: <https://www.boa.ec/ultimo-post/redes-sociales-ecuador#:~:text=En%20segundo%20lugar%20se%20encuentra,%E2%80%93%20Innovation%20%26%20Lifetime%20Value%20Partners.>

McLachlan, S. (15 de 12 de 2021). *Cómo usar tiktok: Los principiantes comienzan aquí*. Obtenido de Hootsuite: [https://blog.hootsuite.com/es/como-usar-tiktok/#Que\\_es\\_TikTok](https://blog.hootsuite.com/es/como-usar-tiktok/#Que_es_TikTok)

Merchán, B. M. (2014). Ecuador Intercultural. *Revista Universidad del Azuay*, 1-296. Recuperado el 22 de 10 de 2023, de <https://www.uazuay.edu.ec/sites/default/files/public/publicaciones/UV-65.pdf>

Naula, M. S., & Guaranga, C. J. (2018). *Análisis de la evolución puruhá en el imaginario social de la población de Colta, durante enero- junio 2017*. Riobamba: Repositorio Universidad Nacional del Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/4860/1/UNACH-EC-FCP-COM-SOC-2018-0014.pdf>

Oliver, J. (2008). El análisis de contenido: ¿qué nos está diciendo? *Revista de Calidad Asistencial*. (23), 26-30. Recuperado el 08 de 11 de 2023, de [https://doi.org/10.1016/S1134-282X\(08\)70464-0](https://doi.org/10.1016/S1134-282X(08)70464-0)

- Pérez, A. (2018). *El estructuralismo en comunicación, Diapositiva Proyectable de la Universidad Autónoma del Estado de México* . Repositorio de la Universidad Autónoma del Estado de México. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.11799/1036177>
- Pérez, L. (2020). *Influencer Marketing: como apalancar a tu marca en el mundo digital con esta poderosa estrategia*. Obtenido de Rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-de-influencers/>
- Ramos, C., Gómez, D., & Carranza, Y. (abril de 2017). *SCIELO*. Obtenido de [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2550-67222017000300046#:~:text=La%20revisi%C3%B3n%20documental%2C%20](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2550-67222017000300046#:~:text=La%20revisi%C3%B3n%20documental%2C%20)
- Ramos, Marina. (Septiembre de 2015). *Depósito de Investigación de la Universidad de Cevilla* . Obtenido de [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/41561/TFG\\_cristinaSEPT4b.compressed.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/41561/TFG_cristinaSEPT4b.compressed.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rivera, C. (2013). Medios Digitales en Ecuador, cuántos son y que hacen. Chasqui. *Revista de Latinoamericana de comunicación. Volumen (122)*, 111-117. Recuperado el 08 de 11 de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5791082>
- Robles, B. (2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropológico. *Cuicuilco*, 18(52), 39-49. Recuperado el 10 de 11 de 2023, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35124304004>

Sanchez, A. (Febrero de 2006). *DOCPLAYER*. Obtenido de <https://docplayer.es/62816527-Revista-virtual-universidad-catolica-del-norte-issn-fundacion-universitaria-catolica-del-norte-colombia.html>

Sánchez, U. A. (2011). Comunicación digital: nuevas posibilidades y rigor informativo. *Revista virtual Universidad Católica del Norte, Volumen 17*, 1-19. Recuperado el 11 de 11 de 2023, de <https://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/214>

Suárez-Álvarez, R., & García-Jiménez, A. (2021). Centennials en TikTok: tipología de vídeos. Análisis y comparativa España-Gran Bretaña por género, edad y nacionalidad. *Revista Latina De Comunicación Social. (79)*, 1-22. Recuperado el 12 de 11 de 2023, de <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1503>

Valencia, L. V. (2023). *Revisión documental en el proceso de investigación*. Colombia: Repositorio de la Universidad Tecnológica de Pereira.

Werik, G. (01 de 09 de 2016). *Facebook ¿todo sobre la red social más usada del mundo*. Recuperado el 08 de 11 de 2023, de Rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/facebook/#:~:text=Facebook%20es%20la%20principal%20red,el%20mundo%20de%20las%20comunicaciones>.

Westreicher, G. (2021). *Matriz de datos*. *Econopedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/matriz-de-datos.html>

Willingham, A. J., Asmelash, L., & Andrew, S. (02 de 04 de 2023). *Las formas más importantes en que Tiktok ha cambiado la cultura estadounidense*. Obtenido de CNN:

[https://edition.cnn.com/2023/04/02/us/tiktok-american-culture-effects-  
cec/index.html](https://edition.cnn.com/2023/04/02/us/tiktok-american-culture-effects-cec/index.html)

**ANEXOS**

## Formato de Encuesta

<b>ESTA ENCUESTA ES DE ÁMBITO ACADÉMICO ACERCA DEL PROYECTO DE TESIS</b> <b><i>“Análisis de contenido de los influencers indígenas en la plataforma tiktok y el impacto en los jóvenes de 18 a 21 años de la carrera de comunicación de la UNACH periodo Julio-Diciembre 2022.”</i></b> <b>POR FAVOR CONTESTE EL SIGUIENTE CUESTIONARIO.</b>	
<b>Elija su Género</b>	
Masculino	<input type="checkbox"/>
Femenino	<input type="checkbox"/>
Otro	_____ (Escriba su orientación sexual en el apartado)
<b>1.-¿Qué red social utiliza más para consumir contenidos? (Elija una opción)</b>	
-Facebook	<input type="checkbox"/>
-Instagram	<input type="checkbox"/>
-Tiktok	<input type="checkbox"/>
-Twitter	<input type="checkbox"/>
<b>2.-¿Cuál es el dispositivo electrónico que utiliza más para ver los contenidos de las redes sociales? (Elija una opción)</b>	
-Celular	<input type="checkbox"/>
-Computadora	<input type="checkbox"/>
-Laptop	<input type="checkbox"/>
-Tablet	<input type="checkbox"/>
<b>3.-¿Cuántas horas consume de contenidos en las redes sociales?</b>	
-1 a 2 h	<input type="checkbox"/>
-2 a 3 h	<input type="checkbox"/>
-3 a 4 h	<input type="checkbox"/>
- 4 a + h	<input type="checkbox"/>
<b>4.-¿Usted está de acuerdo que las redes sociales influyen en su entorno social?</b>	
Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
<b>5.-¿Considera que las redes sociales son una herramienta que ayudaría a visibilizar una cultura indígena por medio de contenidos?</b>	
Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
<b>6.-¿Sigues a un influencer indígena ecuatoriano en redes sociales?</b>	
Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
<b>7.-¿Los contenidos de los influencers indígenas ecuatorianos influyen en su nivel de comunicación?</b>	
Si	<input type="checkbox"/>

No <input type="checkbox"/>
<b>8.-¿Usted está de acuerdo que los influencers indígenas ecuatorianos pueden traer emociones e inspiraciones a la vida de los jóvenes por medio de sus contenidos creados en la plataforma tiktok?</b>
Si <input type="checkbox"/>
No <input type="checkbox"/>
<b>9.-¿Cuál de estos influencers indígenas ecuatorianos conoce usted en tiktok? (Elija una opción)</b>
-Leonardo Sefla <input type="checkbox"/>
-Elizabeth Guaminga <input type="checkbox"/>
-Nataly Pilamunga <input type="checkbox"/>
-Ninguno de los anteriores <input type="checkbox"/>
<b>10.-¿Qué aspecto del influencer indígena ecuatoriano considera que debería ser más visible, siendo de que representa su cultura por medio de un contenido en la plataforma tiktok? (Elija una opción)</b>
-Su físico <input type="checkbox"/>
-Su vestimenta <input type="checkbox"/>
-Sus costumbres <input type="checkbox"/>
-Su forma de expresarse <input type="checkbox"/>

## EVIDENCIA FÍSICA



## ANÁLISIS DE CONTENIDO

<b>Cuadro de análisis de contenido</b>		
<b>N*</b>	<b>Título:</b>	<b>Imagen del post:</b>
<b>Fecha de publicación:</b>		
	<b>Lenguaje:</b> <b>Lengua :</b>	<b>Enlace:</b>

<b>N* de reacciones:</b>	<b>Tipo de contenido</b>	<b>Hashtags:</b>
<b>Comentarios:</b>  <b>Añadido a favoritos:</b>  <b>Compartidos:</b>  <b>Visualizaciones</b>		

	<b>Tipo de vestimenta:</b>	<b>Mensaje:</b>
--	----------------------------	-----------------

## ENTREVISTAS



## REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Revisión documental del investigación						
Título/Autores	Año	País	Método de estudio	Problemática	Instrumentos de recolección de Datos	Link o Sitio donde se obtuvo la información

--	--	--	--	--	--	--

## PROPUESTA DEL TERCER OBJETIVO

