

## **Las percepciones de los jóvenes que están situados en la Sierra Central del Ecuador sobre el contenido intercultural generado por los influencers John Valverde y Nancy Risol en sus perfiles de Instagram**

*The perceptions of young people located in the Sierra Central del Ecuador regarding the intercultural content generated by influencers John Valverde and Nancy Risol in their Instagram profiles*

**Darla Poleth CORRALES CAIZA\***

**Melissa Nicole JIMÉNEZ MOREIRA\*\***

### RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito examinar las percepciones de los jóvenes del centro del país al contenido generado por influencers indígenas en la red social Instagram. Se han medido los principales indicadores clave de rendimiento de ocho creadores de contenido auto identificados como indígenas, con el objeto de seleccionar a los dos más influyentes: Nancy Risol y John Valverde. Se diseñó una investigación con enfoque mixto, de tipo exploratorio y descriptivo, que aplicó encuestas a jóvenes universitarios de la Sierra Central del Ecuador con muestreo probabilístico, complementado con un grupo de discusión. Se concluye que los contenidos generados por este tipo de influencers son percibidos por la audiencia como de 'entretenimiento' y 'culturales'. Pese a aquel fenómeno, los encuestados afirman que este tipo de mensajes les sirvió para 'conocer' y 'aprender'. Es decir que reconocen de manera tácita un componente educativo en los productos comunicacionales de estos influencers. Algunos afirman que gracias a los videos difundidos pudieron conocer prácticas ancestrales, hábitos, recetas de cocina, modos de vida, identificación de plantas, entre otros conocimientos que contribuyen al diálogo de saberes.

Palabras clave: Instagram; interculturalidad; influencers; jóvenes; redes sociales.

### ABSTRACT

The purpose of this research is to examine the perceptions of young people from the centre of the country to the content generated by indigenous influencers on the social network Instagram. The main key performance indicators of eight self-identified indigenous content creators were measured in order to select the two most influential: Nancy Risol and John Valverde. The research was designed with a mixed exploratory and descriptive approach, applying surveys to young university students in the Central Highlands of Ecuador with probability sampling, complemented by a focus group. It is concluded that the content

---

\* Lic. en Comunicación. Universidad Internacional de La Rioja, Ecuador. Contacto: poleth.corrales1a@gmail.com

\*\* Lic. en Comunicación. Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador. Contacto: melissajimmore@gmail.com

generated by this type of influencers is perceived by the audience as 'entertainment' and 'cultural'. Despite this phenomenon, the respondents affirm that this type of messages helped them to 'know' and 'learn'. In other words, they tacitly recognise an educational component in the communication products of these influencers. Some say that thanks to the videos broadcast they were able to learn about ancestral practices, habits, cooking recipes, ways of life, plant identification, among other knowledge that contributes to the dialogue of knowledge.

Key words: Instagram; interculturality; influencers; young people; social networks.

---

## Introducción

Nadie duda del potencial de las redes sociales como una nueva forma de comunicación individual y masiva. Estas redes fueron creadas como espacios de interacción cotidiana y actualmente están siendo utilizadas para la difusión de diverso contenido multimedia acaparando la atención de todo el público de acuerdo a sus intereses. "Las redes sociales son tan antiguas que existen desde el principio de la misma civilización, también entendidas como social *networking sites* o aplicaciones sociales, han empezado a jugar un papel importante en nuestro entorno" (Córdova, 2015: 18).

La sociedad de la información, según la define Castells (1997), presenta nuevas tecnologías, flexibilidad de los procesos, y permite ser moldeada por los medios de comunicación. Según los datos anteriormente analizados, resulta evidente la enorme presencia y relevancia de las redes sociales en los últimos tiempos. En este apartado se lleva a cabo un resumen de la importancia del contenido intercultural difundido a través de las redes sociales más utilizadas. En este caso hablaremos de la red social *facesegún* Orsini (2013) es una aplicación para compartir fotos a las que los usuarios pueden aplicar efectos fotográficos como filtros, marcos, colores retro, para luego compartirlas en diferentes redes sociales afines como *redy Twitter*.

Según Romero:

entre las características más interesantes de las redes sociales basadas en imágenes frente a otros tipos de redes sociales resalta el hecho de que el acceso a las mismas mediante dispositivos móviles suele ser bastante simple, sumado a que atraen a una audiencia de todo tipo, y presentan un alto índice de retorno (Romero, 2015: 18).

La información que ahora se recibe es inmediata por medio de las redes sociales empieza a sustituir a los medios tradicionales como son la prensa escrita, la radio y la televisión gracias a su interacción comunicativa y sobre todo porque empiezan a demostrar en cualidades y cantidad una superación a los medios antes mencionados, siendo la cantidad el valor que justifica la existencia de los medios y el indicador que demuestra su continuidad (Pantoja, 2011).

Según el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad en la Información, Ecuador (2020) cuenta como uno de los países en Latinoamérica donde el 91% de sus habitantes accede a las redes sociales como herramientas educacionales, llamando la atención de la comunidad de acuerdo a sus intereses. Con el pasar del tiempo, las redes sociales han logrado romper barreras, ya que la información transmitida potencia un alcance llegando a todos los puntos posibles y permitiendo la multiplicación, difusión, y accesibilidad a la información desde millones de terminales en todo el mundo, teniendo a disposición toda la información posible, actualizada, detallada y sin tanto esfuerzo a disposición de todo público.

La cultura, como otros aspectos en la sociedad, no puede quedarse sin estar dentro del mundo tecnológico gobernado por las redes sociales. Los entornos virtuales pueden convertirse en un medio ideal para reforzar el componente comunicativo de cualquier proyecto artístico (Ojeda y García, 2022). En Latinoamérica es frecuente observar que diversos músicos y gestores culturales aprovechan la parte visual de las redes sociales para hacer de estas su “portafolio social” a través de fotografías y videos sobre su contenido. Gracias a las redes sociales, el público puede establecer una comunicación directa con artistas y proyectos culturales a través de sus propios perfiles.

*Instagram* ha evolucionado con el tiempo en diferentes aspectos, actualidad de difusión, nuevas normas de uso, crecimiento económico a través de publicaciones que pueden ser monetizadas, entre otras (Lemus, 2021). Los *influencers* contribuyen de manera notable en la vida cotidiana y así surge la problemática que se encuentra en este trabajo de investigación empieza con el uso de las redes sociales y la influencia que tiene la difusión de su contenido a través de dicha plataforma. *Instagram* se ha convertido en una herramienta fundamental para los jóvenes como medio de distracción y a su vez de educación visual a doble sentido, formando parte de los aportes culturales difundidos a través de las redes sociales. La difusión en redes sociales contribuye a la educación intercultural que se publica en distintos perfiles de Instagram, donde se comparten contenidos sobre la cultura, costumbres, tradiciones y vestimenta.

En este contexto, es innegable que las redes sociales han transformado la manera en que se construye, comparte y preserva el conocimiento cultural. La inmediatez y el alcance global de plataformas como Instagram han permitido que comunidades históricamente marginadas, como los pueblos indígenas, encuentren un espacio para visibilizar sus tradiciones, cosmovisiones y formas de vida. Esto no solo fortalece el sentido de identidad y pertenencia dentro de estas comunidades, sino que también fomenta el respeto y la valoración de la diversidad cultural en un público más amplio. Así, las redes sociales se consolidan como herramientas clave en la difusión del patrimonio cultural, impulsando la educación intercultural y promoviendo un diálogo más inclusivo en la sociedad digital.

## Antecedentes

Esta investigación se centra en estudiar las percepciones que tienen los jóvenes de la Sierra Central del Ecuador sobre el contenido generado por los *influencers* John Valverde y Nancy Risol en sus perfiles de *Instagram*, con la finalidad de conocer cómo aporta a la sociedad el contenido multimedia relacionado con la interculturalidad. La educación del presente siglo busca promover la conciencia de diversidad, enfocándose en la convivencia, respeto, pluralidad, y valores orientados a través de redes sociales.

Las culturas pueden ser estudiadas y difundidas de diversas maneras, ya sea desde medios tecnológicos o a través de redes sociales que se mantienen en constante evolución dentro de la sociedad. Esta sección pretende contextualizar a los lectores con información correspondiente al consumo y contenido cultural que adquieren jóvenes y adultos en redes sociales. Por lo tanto, se detallarán las formas en que *Instagram* se presenta como una herramienta de construcción de identidad en la comunidad, también mencionaremos datos importantes acerca de la interculturalidad y su actual difusión a través de redes sociales, señalando el alcance que tienen los llamados *influencers* y su contenido como medio de sustento alternativo.

Se sabe que multiculturalidad se define fundamentalmente como la existencia de varios grupos culturales en una sociedad, o dentro de un Estado, la interculturalidad se refiere a la interacción o al encuentro específico entre dos o más grupos culturales (Bassal, 2022). La interculturalidad no se define específicamente por la coexistencia de varias culturas en una misma sociedad o en un Estado, sino hace referencia a los encuentros momentáneos de culturas en donde una sea desconocida para la otra, y aunque esto suceda en una situación

o compromiso social el énfasis es puesto en el encuentro, la interacción y la relación, incluso entre grupos que no compartan una misma comunidad.

Las redes sociales de internet, como espacios de comunicación e intercambio de información, pueden contribuir a la creación e inclusión de comunidades de aprendizaje. Evocar la educación intercultural en la diversidad implica revalorar el pasado indígena, pero también el presente de quienes integran estas comunidades de modo que sean capaces de enfrentar el presente y mediante su tradición y la riqueza cultural sobre la cual se sostiene, puedan enfrentar el futuro y la actual realidad local, nacional y global. (Navarro, Gómez y García, 2014: 63).

El auge de las redes sociales ha transformado profundamente los modos en que los jóvenes se relacionan, se informan y construyen significados sobre el mundo que los rodea. En este contexto, los influencers se han consolidado como actores clave en la creación y circulación de contenidos digitales que inciden en la configuración de imaginarios sociales, valores, prácticas culturales e identidades. En América Latina, esta influencia se vuelve aún más significativa al considerar la diversidad étnica y cultural que caracteriza la región, y que encuentra en el entorno digital un espacio de visibilidad y disputa simbólica.

En Ecuador, los contenidos generados por influencers indígenas como John Valverde y Nancy Risol han adquirido una notable relevancia en plataformas como Instagram, donde combinan humor, cotidianidad y elementos propios de sus culturas originarias. Estos perfiles no solo captan la atención de miles de seguidores, sino que representan una nueva forma de visibilizar la interculturalidad desde la voz misma de los pueblos indígenas, desafiando estereotipos, cuestionando representaciones hegemónicas y resignificando las tradiciones en clave contemporánea (López, 2021; Aráuz y Barragán, 2023).

La interculturalidad ha sido asumida por los marcos normativos y curriculares de muchos países latinoamericanos como un principio educativo fundamental, orientado a promover el respeto, la convivencia y el reconocimiento del otro (Walsh, 2009). Sin embargo, su aplicación real en la práctica social y mediática sigue siendo limitada. Es allí donde el contenido digital generado por influencers indígenas cobra especial relevancia: no solo como herramienta pedagógica no formal, sino como medio de resistencia cultural y reafirmación identitaria. Estudios recientes señalan que estos nuevos referentes juveniles no solo reproducen códigos digitales dominantes, sino que los reinterpretan desde una mirada local y comunitaria, generando una forma de “mediación intercultural digital” (Viteri y Sandoval, 2022).

A pesar del potencial transformador que encierra esta producción de contenido, son escasas las investigaciones que analizan desde una perspectiva crítica y situada cómo los jóvenes receptores —especialmente en contextos rurales o indígenas— perciben e interpretan estos mensajes. La mayoría de los estudios sobre influencers se ha centrado en sus estrategias de mercadeo, posicionamiento de marca personal o impacto en el consumo, sin atender en profundidad su papel en la construcción de sentidos culturales y sociales, especialmente en relación con la interculturalidad (Pérez y Montes, 2020; Rueda y Molina, 2022).

Así, resulta pertinente y necesaria una investigación que explore cómo los jóvenes de la Sierra Central del Ecuador, quienes habitan territorios marcados por una larga historia de exclusión, pero también de resistencia cultural, se vinculan con estos contenidos, qué valoraciones hacen de ellos y en qué medida los consideran una contribución al fortalecimiento de la interculturalidad. Comprender estas percepciones no solo permite dimensionar el alcance simbólico de los medios digitales en la formación ciudadana, sino también aporta insumos para la formulación de estrategias educativas y comunicativas que integren el universo digital de forma crítica y situada.

## Metodología

### Enfoque

Este proyecto tiene carácter no experimental, transversal de tipo exploratorio descriptivo, presentará un enfoque mixto porque se quiere saber cuáles son las percepciones de los jóvenes que habitan en la Sierra central del Ecuador sobre el contenido generado por los *influencers* John Valverde y Nancy Risol en su perfil de *Instagram*.

### Método

#### Teóricos

- Histórico se utilizó para la búsqueda de contenidos sobre las variables a través de una lectura y recolección de información de textos, artículos científicos, revistas científicas y páginas web relacionados al contenido difundido por *influencers* indígenas.
- Dialéctico para comprender y entender el objeto de estudio, acorde a la realidad actual tomando en cuenta los factores sociales, educativos y culturales del país, para conocer las diferentes percepciones que tienen los jóvenes respecto al contenido intercultural.

#### Empíricos

Permite el procesamiento de los resultados y en la elaboración de las conclusiones; a través de la ejecución de herramientas como:

- Observación, exploración para la formación y profundización del tema y la elección de la muestra a estudiar mediante referentes teóricos interculturales.
- Encuesta, es un procedimiento, dentro de los diseños de investigación descriptiva, que permite al investigador obtener datos mediante la aplicación de un cuestionario previamente elaborado al conjunto total de la población de ser el caso a un subconjunto de individuos que hacen que la muestra sea representativa.
- Grupo focal, conversatorios para debatir y compartir ideas sobre el tema como lo es el contenido difundido por *influencers* indígenas.

### Población y muestra

La población para el componente cuantitativo de este estudio son los jóvenes estudiantes de la Sierra Central del Ecuador de 5 provincias tales como: Bolívar, Chimborazo, Cotopaxi, Pichincha y Tungurahua con mayor trascendencia. Se estima que se trata de aproximadamente 51000 personas.

En vista a la imposibilidad de acceder a datos reales sobre la cantidad de estudiantes universitarios, se aplica un muestreo probabilístico con una fórmula de cálculo de poblaciones infinitas, así:

$$n = \left( \frac{Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2} \right)$$

Donde:

n: tamaño de muestra buscado.

$Z_{\alpha}^2$ : parámetro estadístico que depende del nivel de confianza (NC), en este caso se aplicó un N.C. del 99%

e: error de estimación máximo aceptado

p: probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q: (1- p) = probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Producto de este muestreo se establece la cantidad de 165 jóvenes por encuestar.

En lo relacionado al componente cualitativo, se toma en cuenta para el grupo focal, los siguientes criterios de inclusión para la selección de los participantes:

Tabla 1. Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de Inclusión	Criterios de Exclusión
Tener una cuenta en <i>Instagram</i>	No tener acceso a internet
Tener conocimiento sobre el contenido intercultural	No consumir contenido intercultural
Jóvenes que hayan consumido contenido de <i>influencers</i> indígenas	No tener cuenta activa en <i>Instagram</i>
Jóvenes universitarios activos	Jóvenes en educación media
Situar dentro de la Sierra Central del Ecuador	Jóvenes extranjeros

Fuente: Elaboración propia

Se seleccionó a los *influencers* para el estudio, a través de una medición de indicadores clave de rendimiento de las cuentas de *Instagram* más reconocidas, utilizando la herramienta *Fan Page Karma*:

Ilustración 1. Indicadores clave de rendimiento Influencers ecuatorianos en Instagram.

Informe de indicadores		11-feb-2022		
Page	Network	Fans	Compromiso	Reacción de las publicaciones
Damián (El Champ)	INSTAGRAM	238858	1,35%	7,57%
Nancy puglla????	INSTAGRAM	912942	0,5%	7,04%
JOHN VALVERDE ????	INSTAGRAM	229081	0,76%	5,32%
M E L I Z A Y U M I S A C A ??	INSTAGRAM	237507	0,53%	3,68%
Marcos Otavalo	INSTAGRAM	302233	0,06%	0,45%
Ruth Guamán	INSTAGRAM	150930	0,0%	0,02%
Ely Guaminga	INSTAGRAM	156999	0,0%	0,0%

Fuente: Fanpage Karma

Como muestra la tabla, las cuentas con la mayor cantidad de interacción que corresponden a *influencers* indígenas ecuatorianos corresponden a las de Nancy Risol (Nancy Puglla) y John Valverde.

En resumen, la muestra consta de ciento sesenta y cinco jóvenes estudiantes encuestados de las 5 diferentes provincias que forman parte de la Sierra Central del Ecuador, y el grupo focal está conformado por nueve jóvenes en conjunta colaboración e intercambio de ideas sobre el contenido intercultural difundido por los *influencers* indígenas Nancy Risol y John

Valverde. Se recolectó la información a profundidad de forma aleatoria desde el 1 de febrero de 2022 hasta el 2 de marzo de 2022 realizando un estudio exhaustivo de los archivos y evidencias recolectadas hasta la fecha límite.

### **Análisis de los datos**

Se llevó a cabo un procedimiento lógico, en donde propone las siguientes etapas del proceso investigativo:

Primera etapa. Consiste en la exploración para la formación de conocimientos teóricos, profundizar el tema; y detectar el fenómeno que se presenta al consumir el contenido intercultural que difunden los *influencers* indígenas y a su vez cuales son las percepciones que tienen los jóvenes a este contenido.

Segunda etapa. Mediante la aplicación *FanPage Karma* se miden los indicadores de rendimiento de las principales cuentas de *influencers* ecuatorianos, con la finalidad de seleccionar a quienes serán objeto de la investigación cualitativa.

Tercera etapa. Se identifican personas aliadas para difundir el instrumento de investigación dentro de la Sierra Central del Ecuador para saber a quienes debemos encuestar, teniendo en cuenta que sean jóvenes que cumplan con los criterios de inclusión.

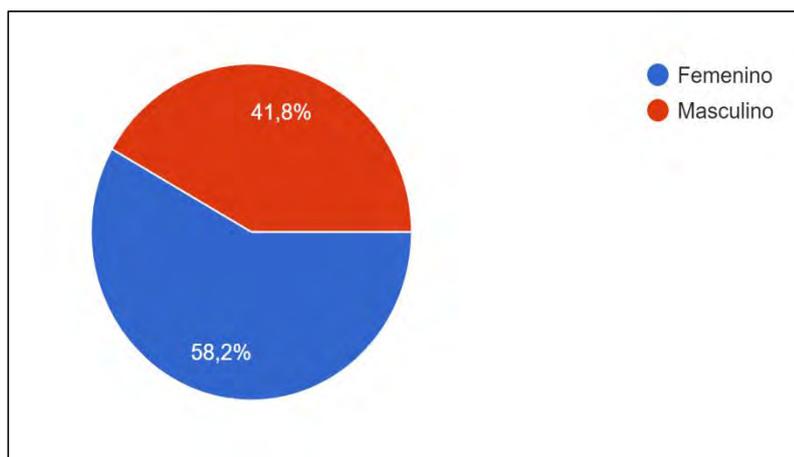
Cuarta etapa: Se realiza la búsqueda personalizada de los jóvenes que conformarán el grupo focal teniendo en cuenta que sean consumidores del contenido difundido por *influencers* indígenas para poder compartir conocimientos, vivencias y saberes sobre el mismo, luego de esta recopilación de datos hasta la fecha límite obtendremos diferentes conclusiones sobre las percepciones de los jóvenes al contenido intercultural.

## **Resultados y Discusión**

### **Técnica: Encuesta**

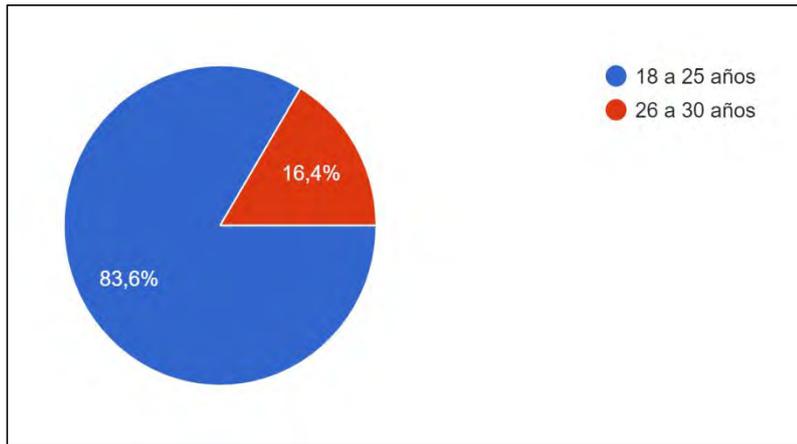
#### *Aspectos sociodemográficos*

Ilustración 2. Sexo de los encuestados



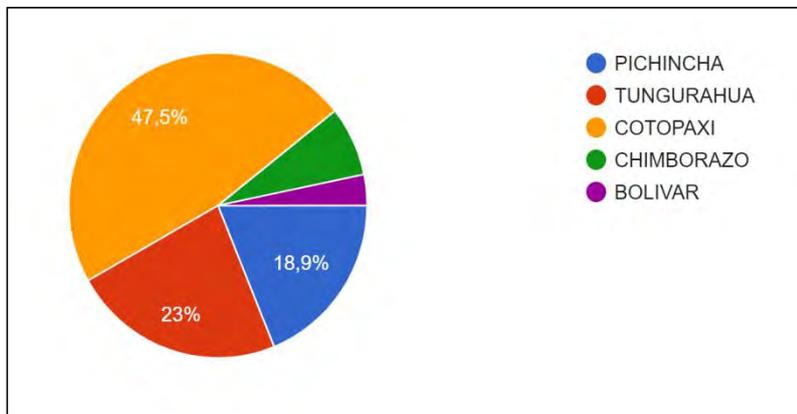
Fuente: encuesta

Ilustración 3. Edad de los encuestados



Fuente: encuesta

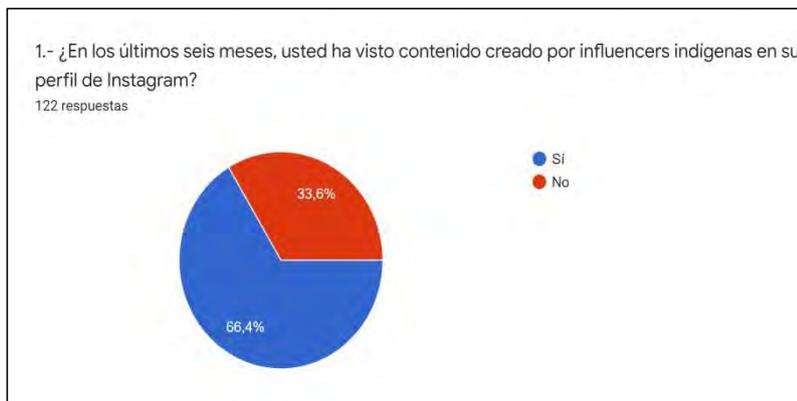
Ilustración 4. Provincia del origen



Fuente: encuesta

**Pregunta 1**

Ilustración 5. Pregunta 1



Fuente: encuesta

La mayor parte de jóvenes encuestados ha consumido contenido difundido por *influencers* indígenas, asumimos que por los resultados obtenidos este contenido tiene gran aceptación dentro de la sociedad.

**Pregunta 2**

Ilustración 6. Pregunta 2

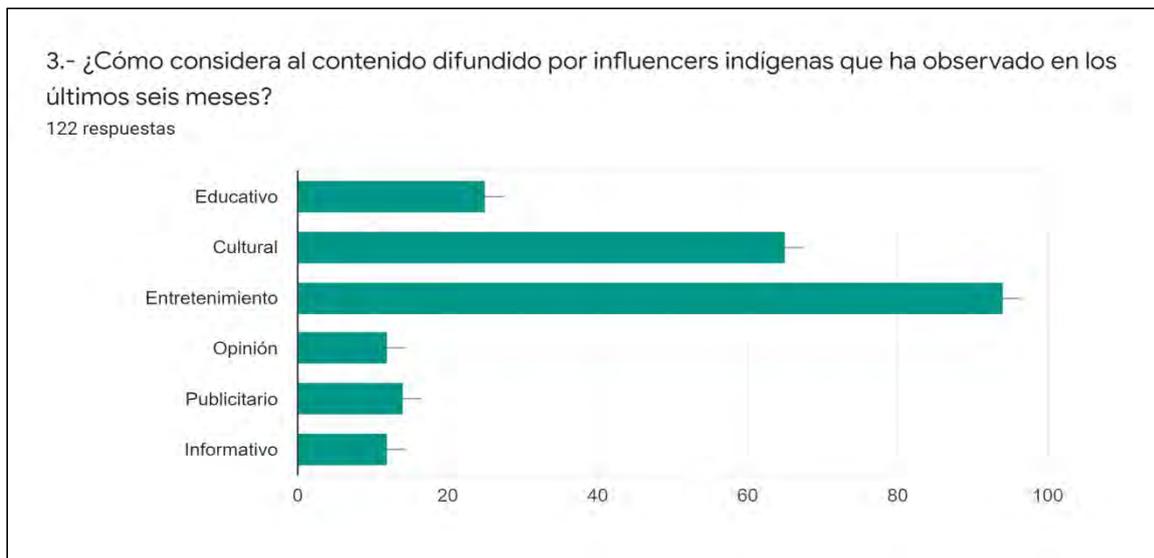


Fuente: encuesta

Los jóvenes encuestados votaron por la opción Nancy Risol siendo ella la *influencer* indígena más conocida dentro del contenido intercultural en *Instagram*.

**Pregunta 3**

Ilustración 7. Pregunta 3



Fuente: encuesta

La mayor parte de jóvenes encuestados votaron por la opción contenido de entretenimiento y cultural, sin tomar en cuenta que es un contenido que de cierta manera es educativo.

**Pregunta 4**

Ilustración 8. Pregunta 4



Fuente: encuesta

Un gran porcentaje de jóvenes informaron que el contenido más visto por ellos es en formato historias de perfiles de *influencers* indígenas mientras que publicaciones o post están como segunda opción más nombrada.

**Pregunta 5**

Ilustración 9. Pregunta 5

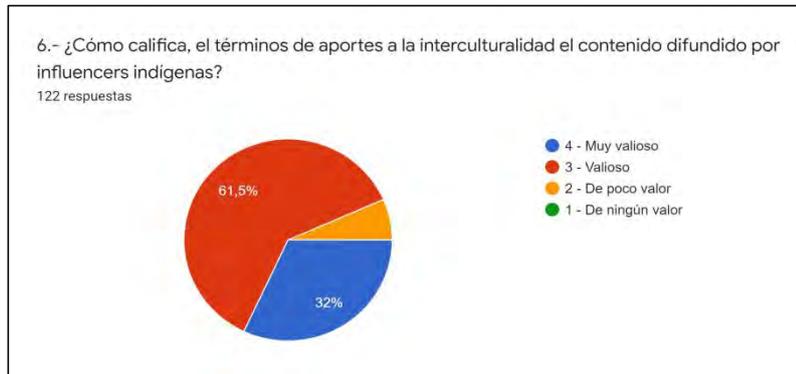


Fuente: encuesta

Para los jóvenes estudiantes dentro de la Sierra Central del Ecuador el contenido de *influencers* indígenas es tomado como importante para ellos dentro de sus perfiles de *Instagram*.

### Pregunta 6

Ilustración 10. Pregunta 6

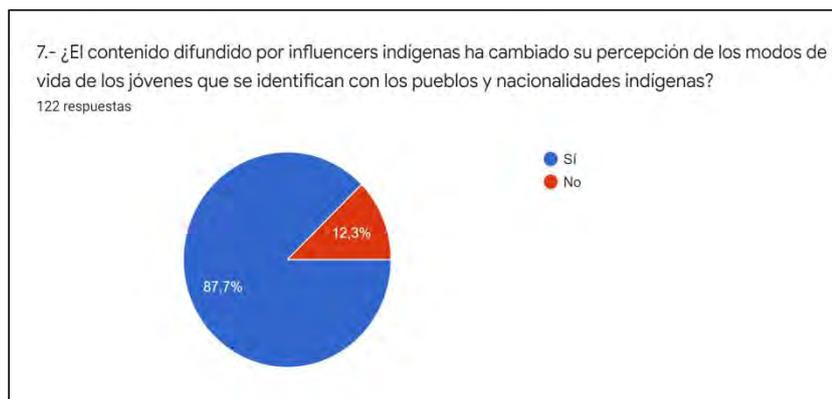


Fuente: encuesta

El contenido difundido por *influencers* indígenas es tomado por los jóvenes como valioso con aportes de interculturalidad para nuevas ideologías.

### Pregunta 7

Ilustración 11. Pregunta 7

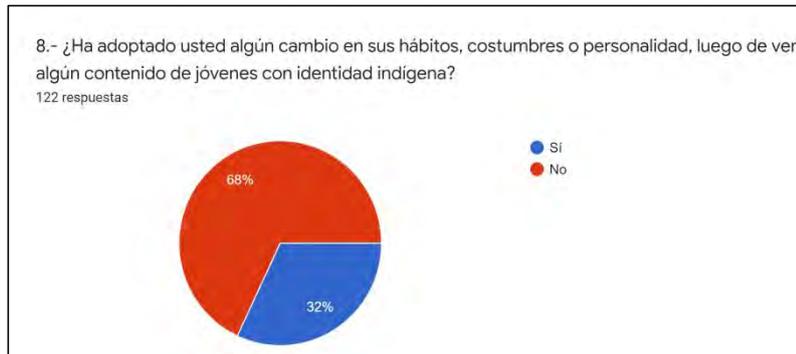


Fuente: encuesta

La mayor parte de jóvenes encuestados aceptan que el contenido intercultural ha cambiado las perspectivas sobre la cultura indígena, entendiendo que los estereotipos difundidos por conocimiento empírico son falsos y que hay una realidad más allá de lo que se puede ver en una pantalla.

**Pregunta 8**

Ilustración 12. Pregunta 8



Fuente: encuesta

Teniendo en cuenta que la mayor parte de respuestas son negativas entendemos que, aunque el contenido intercultural tenga una parte educativa, no ha ejercido algún cambio en los hábitos de los jóvenes encuestados. De la misma manera hay que resaltar que un porcentaje de las personas encuestadas aceptan que sí han tenido un cambio relevante.

**Pregunta 9**

Ilustración 13. Pregunta 9

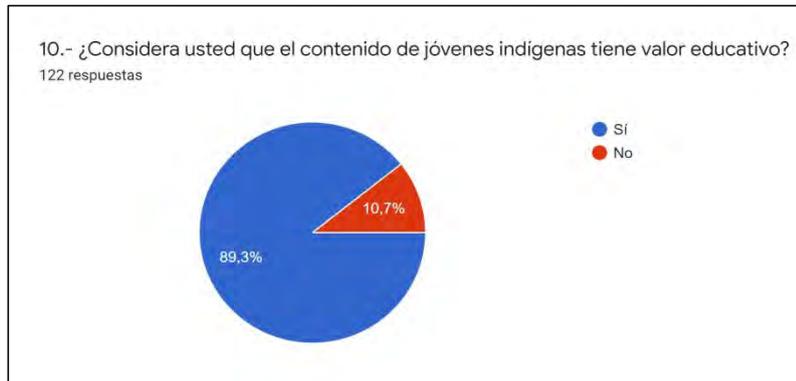


Fuente: encuesta

Tras un exhaustivo estudio se entiende que, para la mayoría de las personas encuestadas el contenido de *influencers* indígenas es de gran valor para mostrar al mundo la identidad ecuatoriana, esto por ser subestimada por las demás culturas que hay en otros países.

**Pregunta 10**

Ilustración 14. Pregunta 10

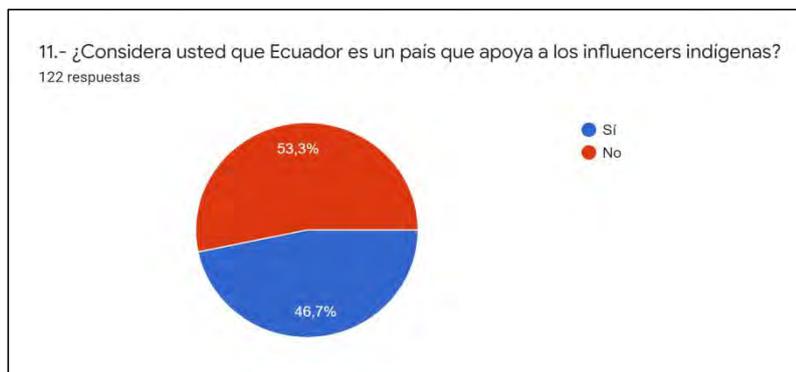


Fuente: encuesta

Los jóvenes mediante las respuestas enviadas en las encuestas dan a entender que el contenido intercultural sí es educativo, por lo tanto, sabemos que es posible aprender sobre cultura supervivencia y tradiciones a través de videos y otros tipos de contenidos multimedia.

**Pregunta 11**

Ilustración 15. Pregunta 11



Fuente: encuesta

El resultado de esta pregunta se encuentra en disputa pues los porcentajes tienen muy poca diferencia por lo tanto, se entiende que hay personas que consideran que Ecuador sí apoya a los *influencers* esto puede ser por la existencia de programas televisivos como el *Ñuca Ecuador* y otros que emiten contenido cultural, así mismo se debe tener en cuenta que la mayoría de encuestados respondieron que no se apoya a los *influencers* indígenas esto puede ser un resultado a la regionalización que aun en el siglo XXI sigue existiendo.

**Grupo Focal**

En las plataformas hoy en día los creadores de contenido buscan a donde difundir su contenido con rapidez y eficacia con la finalidad de tener más consumidores y a su vez cierta ganancia. Actualmente los consumidores de contenido están migrando a *Tik Tok* conocida por ser una red social donde pueden ver y crear videos de cualquier tipo con una duración de uno a tres minutos.

Cualquier persona se puede convertir en influencer si tiene el carisma y la seguridad de hacerlo, este es el caso de la mamá de John Valverde que pasó de no saber nada de redes sociales a compartir sus recetas de cocina y todo lo que se puede hacer en el campo siendo madre y mujer trabajadora (PGF06, 2022).

Los *influencers* indígenas a más de generar contenido con el que puedan llegar a lucrarse de alguna manera buscan también dar a conocer su cultura, costumbres y tradiciones, si bien es cierto que en Ecuador el tema cultural no es muy trascendental, con el nacimiento de *influencers* llega a ser posible que se conozca más de la vida indígena en diferentes plataformas digitales. A veces como ecuatorianos desprestigiamos nuestras raíces al preferir consumir lo que otros países venden sin tener en cuenta que la cultura ecuatoriana aparte de ser ancestral es mágica.

Al ser *influencers* indígenas el tema a discusión muchas personas piensan erróneamente que por ser personas que han nacido, crecido y vivido en el campo no tienen las mismas oportunidades de salir adelante en el territorio urbano, nacional e internacional, lo que da a entender que aun vivimos en una sociedad estereotipada donde las clases sociales, las razas y la posición económica son las que determinan como es una persona. Mediante el contenido intercultural las personas demuestran que han aprendido varias actividades que en su diario vivir no lo podrían aplicar. (PGF01, 2022)

Al creer que el contenido intercultural generado por *influencers* indígenas solo sirve de entretenimiento estamos dejando por sentado que no es nada educativo lo cual es una idea incorrecta, ya que como se ha citado anteriormente mediante videos se ha podido aprender gran variedad de actividades que como ciudadanos las consideramos extrañas.

El que los *influencers* indígenas no pierdan su esencia demuestra que aún existe humildad en los corazones de las personas, de cierta manera al crear contenido multimedia que tiene gran acogida estas personas se llegan a convertir en *influencers* y lo que los diferencia de los demás es que no pierden su originalidad y tratan a toda costa mostrar sus raíces (PGF03, 2022).

Tabla 2. Tabla de contraste entre las hipótesis y los resultados

HIPÓTESIS	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN
El contenido difundido por <i>influencers</i> indígenas tiene altos niveles de aceptación en los jóvenes de la Sierra Central del Ecuador.	Teniendo en cuenta que el 65,8% de la población encuestada respondió que Sí consume contenido difundido por <i>influencers</i> indígenas, entendemos que el nivel de aceptación es alto.
Los jóvenes de la Sierra central del Ecuador reconocen aportes interculturales educativos e identitarios en el contenido publicado por los <i>influencers</i> indígenas.	En un 76.7% los jóvenes respondieron que el contenido difundido por <i>influencers</i> indígenas en su cuenta de <i>Instagram</i> es de entretenimiento.
La exposición constante de contenidos emitidos por <i>influencers</i> indígenas ha fortalecido en los jóvenes del centro del país, una conciencia intercultural y, en algunos casos, simpatía con ciertos elementos de la cosmovisión andina.	Como resultado tenemos que un 43,3% los jóvenes han cambiado su pensamiento sobre la cosmovisión andina agregando que el contenido difundido por <i>influencers</i> indígenas es de gran valor para mostrar al mundo la identidad ecuatoriana.

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran que un 65,8% de los encuestados consumen contenido generado por influencers indígenas, lo que indica una aceptación significativa dentro del público juvenil.

Este fenómeno refleja una transformación en las preferencias de consumo digital y sugiere que los jóvenes están abiertos a explorar contenidos que representan su identidad y cultura.

Nancy Risol se destaca como la influencer indígena más popular en Instagram. Su impacto sugiere que los seguidores no solo valoran su autenticidad y carisma, sino que también encuentran en su contenido una representación de la diversidad cultural ecuatoriana.

La encuesta muestra que la mayoría de los jóvenes clasifica el contenido de influencers indígenas como entretenimiento y cultural, aunque no siempre lo reconocen como educativo. Sin embargo, al profundizar en las respuestas, se evidencia que este contenido sí genera aprendizajes sobre la cultura, la cosmovisión y las tradiciones indígenas. Este hallazgo es relevante porque subraya cómo la educación no formal a través de redes sociales puede influir en el conocimiento intercultural. Aunque no se perciba explícitamente como educativo, la exposición constante a estas narrativas genera una mayor conciencia sobre la identidad indígena y la diversidad cultural del Ecuador.

El formato más consumido es el de historias en Instagram, seguido por publicaciones o posts. Esto concuerda con la tendencia actual de consumo de contenido digital, donde las historias permiten una interacción más rápida y dinámica. El hecho de que los posts también sean mencionados indica que los jóvenes valoran contenidos más estructurados, como imágenes con descripciones extensas o videos explicativos. Esto puede ser un punto de interés para estrategias futuras de difusión cultural a través de influencers.

Uno de los hallazgos más significativos es que el 43,3% de los jóvenes ha cambiado su percepción sobre la cosmovisión andina tras consumir contenido de influencers indígenas. Esto demuestra que las redes sociales pueden ser herramientas poderosas para combatir estereotipos y prejuicios sobre las comunidades indígenas. Muchos encuestados reconocen que el contenido intercultural ha desmontado ideas erróneas que poseían previamente sobre la cultura indígena. La representación positiva de la vida cotidiana, las costumbres y las creencias andinas en plataformas digitales ha generado un cambio de perspectiva en la audiencia juvenil.

Sin embargo, en términos de cambios en hábitos y comportamientos, los resultados son mixtos. La mayoría considera que su rutina no ha sido alterada por este tipo de contenido, aunque un porcentaje significativo admite que sí ha adoptado nuevas prácticas o conocimientos. Esto podría interpretarse como una diferencia entre el impacto a nivel cognitivo y el impacto a nivel práctico. Para muchos jóvenes, el contenido de influencers indígenas es valioso para representar la identidad ecuatoriana y mostrarla al mundo. En este sentido, estos creadores digitales han logrado llenar un vacío en la difusión de la cultura local, algo que históricamente ha sido subestimado por los medios de comunicación convencionales. Este fenómeno también plantea una oportunidad para el desarrollo de políticas culturales y educativas que potencien el uso de redes sociales como espacios de aprendizaje intercultural y promoción del patrimonio intangible del país.

Los resultados sobre el apoyo institucional a los influencers indígenas están divididos. Mientras algunos consideran que sí existe respaldo, otros creen que aún persisten barreras de acceso y reconocimiento para estos creadores de contenido. Las razones detrás de esta percepción pueden estar relacionadas con la regionalización y las brechas socioculturales que aún existen en el país. La falta de representación en medios masivos, la escasez de financiamiento para proyectos interculturales y la persistencia de prejuicios hacia las comunidades indígenas pueden ser factores que explican esta división de opiniones.

Los testimonios del grupo focal destacan que los influencers indígenas no solo buscan lucrarse, sino también compartir su cultura, costumbres y valores. Esto los diferencia de otros creadores de contenido y les da un papel clave en la preservación de la identidad cultural ecuatoriana. Además, se menciona que el contenido digital ha permitido a muchos jóvenes aprender habilidades y conocimientos que de otro modo no habrían adquirido. En este sentido, el contenido intercultural trasciende el entretenimiento y se convierte en una herramienta de educación no formal.

Otro punto relevante es que estos influencers han logrado romper con estereotipos sobre la ruralidad y la vida indígena. A pesar de los prejuicios existentes, han demostrado que las redes sociales pueden ser un medio de empoderamiento para comunidades tradicionalmente marginadas.

El estudio confirma que los influencers indígenas han logrado una aceptación significativa entre los jóvenes de la Sierra Central del Ecuador. Su contenido no solo es consumido, sino que también tiene un impacto en la percepción de la identidad cultural y la cosmovisión andina. Si bien todavía existen desafíos, como el reconocimiento institucional y el apoyo a estos creadores, los resultados sugieren que su presencia en redes sociales representa una oportunidad para fortalecer el orgullo cultural y la educación intercultural en el país.

En el futuro, sería valioso explorar cómo este tipo de contenido podría integrarse en programas educativos formales o en iniciativas de desarrollo comunitario. También se podría profundizar en el impacto a largo plazo de estos influencers en la identidad y los valores de las nuevas generaciones.

### **Impactos sociales**

El presente estudio ha configurado la posibilidad de enmendar la ‘fractura generacional’ existente entre la institucionalidad educativa, la familia y el entretenimiento juvenil. Ha puesto sobre la mesa la necesidad de estudiar la actualidad de los fenómenos comunicacionales, con amplio sentido de oportunidad. Sobre esa base, llevar estos temas a reflexiones académicas genera impacto en la medida en que las conclusiones legitiman el trabajo de quienes se dedican a la producción de mensajes.

Además, invita a comprender una dimensión participativa de la educación y la interculturalidad, en la medida que involucra a las redes sociales y el modo en el que los usuarios las emplean. Estos niveles de participación suponen un mundo de relaciones y vínculos permanentes donde predominan las emociones; pues como afirma Gitlin (2005) vivimos una sociedad del sentimiento y la sensación, que deja al margen a la escuela porque consagra una relación racional y lejana con el conocimiento.

Los componentes interculturales de los contenidos transmitidos por los *influencers* indígenas se presentan como nuevos escenarios de aprendizaje, y como afirma Piscitelli, superan a los tradicionales pues los jóvenes redefinen su subjetividad en relación, tienen facilidad para las formas de aprendizaje en equipo, rechazan los modelos unidireccionales y están habituados a interactuar con muchos, a través de estos intermediarios digitales (Piscitelli, 2008; 2009).

### **Conclusiones**

La presente investigación tiene como resultados las siguientes reflexiones:

Los resultados de esta investigación evidencian que el contenido generado por influencers indígenas, particularmente los perfiles de Nancy Risol y John Valverde, alcanza altos niveles de popularidad y visibilidad entre los jóvenes de la Sierra Central del Ecuador. Los datos obtenidos a través de encuestas y grupos de discusión confirmaron que estos nombres y sus contenidos fueron mencionados de manera recurrente por los participantes, lo que señala su relevancia simbólica y social en los entornos digitales juveniles. A su vez, se identificaron otras cuentas con fuerte identidad ecuatoriana, muchas de ellas gestionadas por creadores que no se autoidentifican como indígenas, lo cual amplía el espectro de influencias que configuran el ecosistema intercultural en redes sociales como Instagram.

Respecto a las percepciones de los participantes, se destaca que los contenidos de estos influencers son comprendidos fundamentalmente como “entretenimiento” y “culturales”. Esta doble categoría refleja el modo en que el humor, la vida cotidiana y las prácticas

tradicionales se entrelazan en un mismo formato de comunicación que, si bien es liviano en su forma, puede tener implicancias profundas en la representación social de lo indígena. A pesar del reconocimiento de ciertos aportes interculturales, persisten estereotipos que asocian a lo indígena con la pobreza, la falta de recursos y bajos niveles educativos. Estas tensiones demuestran que la presencia de discursos interculturales en plataformas digitales no necesariamente garantiza una transformación de los imaginarios sociales, aunque sí constituye un paso hacia su problematización.

En cuanto a los formatos y lenguajes mediáticos empleados, se constata una preferencia por contenidos breves, en formato vertical e instantáneo, coherente con los patrones de consumo en dispositivos móviles. Este aspecto refuerza la idea de que el entorno digital favorece una relación más directa, personalizada y emocional con los contenidos, permitiendo mayores niveles de participación y apropiación por parte de las audiencias.

Un hallazgo relevante es que los participantes reconocen elementos educativos en los contenidos difundidos por estos influencers. Se mencionan aprendizajes vinculados al conocimiento de prácticas ancestrales, usos de plantas, recetas tradicionales, modos de vida comunitaria y hábitos culturales, todos ellos valiosos en tanto promueven un diálogo de saberes. La afirmación por parte de los encuestados de que “aprendieron” o “conocieron” gracias a estos contenidos sugiere que, más allá del componente lúdico, existe un potencial educacional significativo que aún no ha sido suficientemente explorado ni aprovechado por los sistemas educativos formales.

Sin embargo, esta investigación presenta limitaciones que deben ser consideradas. El estudio se circunscribió a una muestra localizada y a un enfoque cualitativo, lo que limita la generalización de los resultados. Además, no se realizó un análisis sistemático del contenido de las publicaciones, lo cual podría haber profundizado el entendimiento sobre los elementos educacionales e interculturales presentes en los mensajes. Por ello, una línea futura de investigación necesaria es el análisis crítico del contenido multimedia generado por influencers indígenas, desde marcos teóricos de la educación y la interculturalidad.

Del mismo modo, se sugiere continuar esta línea de investigación ampliando la diversidad geográfica y cultural de los participantes, así como explorando la recepción de estos contenidos en distintos niveles educativos. También es recomendable incorporar estudios cuantitativos que permitan medir con mayor precisión el impacto de estos contenidos en la construcción de actitudes, creencias y conocimientos interculturales.

Finalmente, esta investigación invita a reflexionar sobre el papel que los contenidos digitales interculturales pueden jugar en los procesos de enseñanza-aprendizaje. Se destaca la importancia de no desestimar el valor del entretenimiento y la apelación emocional como herramientas potentes para promover aprendizajes significativos. En consecuencia, se recomienda el uso estratégico de contenidos generados por influencers indígenas como recursos pedagógicos en contextos educativos formales e informales, promoviendo así una educación que articule saberes ancestrales, medios digitales y una ciudadanía más inclusiva y reflexiva.

### **Referencias bibliográficas**

Aráuz, M. y Barragán, D. (2023). Redes sociales, identidad y juventud indígena: Nuevas narrativas desde Ecuador. *Revista Andina de Estudios Culturales*, 8(1), 34–52.

Córdova, M. F. (2015). *Estudio del impacto de las redes sociales en el comportamiento de los adolescentes de 12 a 14 años en una unidad educativa en la ciudad de Guayaquil* [Tesis de grado, Universidad de Guayaquil].

Gitlin, A. (2005). Inquiry, imagination, and the search for a deep politic. *Educational Researcher*, 34(3), 15–24.

- Lemus, M. (2021). Exposición regulada: Prácticas de jóvenes en Instagram. *Astrolabio. Nueva Época*, (26), 312–342.
- López, C. (2021). Influencers indígenas y representación cultural en Instagram: Análisis del caso de Nancy Risol. *Comunicación y Sociedad*, 18(2), 74–90.
- Navarro, C., Gómez, M., & García, N. (2014). Comunidades de aprendizaje y redes sociales: Una estrategia para promover la interculturalidad. *Cuadernos Interculturales*, 1(22), 61–74.
- Pantoja, S. (2011). *Identidad en redes sociales: Medios de difusión*. Morelia: Editorial UNIJ.
- Pérez, J., & Montes, V. (2020). La economía de los influencers: Comunicación, consumo y redes sociales. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 12(4), 15–31.
- Piscitelli, A. (2009). Nativos e inmigrantes digitales: Una dialéctica intrincada pero indispensable. En *Los desafíos de las TIC para el cambio educativo* (pp. 71–84).
- Piscitelli, A. (2008). Interseccionalidades, categorías de articulação e experiências de migrantes brasileiras. *Sociedade e Cultura*, 11(2).
- Romero, C. (2015). *Instagram como herramienta de comunicación publicitaria: Made with Lof* [Tesis de grado, Universidad de Sevilla].
- Rueda, L., & Molina, A. (2022). De la pantalla al aula: La interculturalidad como desafío educativo en la era digital. *Revista de Educación y Tecnología*, 7(2), 99–117.
- Viteri, N., & Sandoval, P. (2022). Influencers indígenas y mediación intercultural digital en Ecuador. *Revista Ecuatoriana de Comunicación*, 10(3), 120–139.
- Walsh, C. (2009). *Interculturalidad, Estado, sociedad. Luchas (de)coloniales de nuestra época*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.

Cita sugerida: Corrales Caiza, D. P. y Jiménez Moreira, M. N. (2025). “Las percepciones de los jóvenes que están situados en la Sierra Central del Ecuador sobre el contenido intercultural generado por los influencers John Valverde y Nancy Risol en sus perfiles de Instagram” en *Argonautas. Revista de Educación y Ciencias Sociales*, Vol. 15, Nº 24, 158-175. San Luis: Departamento de Educación y Formación Docente, Universidad Nacional de San Luis. <http://www.argonautas.unsl.edu.ar/>



Recibido: 19 de setiembre de 2024

Aceptado: 26 de abril de 2025