



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA DE PERIODISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO  
EN PERIODISMO**

**TEMA**

**CULTURA ECUATORIANA Y DIFUSIÓN EN PLATAFORMAS  
DIGITALES**

**TUTOR**

**PHD. ADRIAM CAMACHO DOMÍNGUEZ**

**AUTORES**

**GENESIS CAROLINA ERAS MAIZA**

**JULEISSI SCARLLET MORENO ALFONSO**

**GUAYAQUIL**

**2023**

**REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS**

**TÍTULO Y SUBTÍTULO:**

Cultura ecuatoriana y su difusión en plataformas digitales

Redes sociales como herramienta de difusión para la Danza Ecuatoriana Folclórica

**AUTOR/ES:**

Genesis Carolina Eras Maiza

Juleissi Scarllet Moreno Alfonso

**REVISORES O TUTORES:**

PhD. Adriam Camacho Dominguez

**INSTITUCIÓN:**

**Universidad Laica Vicente  
Rocafuerte de Guayaquil**

**Grado obtenido:**

Licenciadas en Periodismo

**FACULTAD:**

CIENCIAS SOCIALES Y  
DERECHO

**CARRERA:**

PERIODISMO

**FECHA DE PUBLICACIÓN:**

2023

**N. DE PAGS:**

128

**ÁREAS TEMÁTICAS:** Periodismo y Ciencias de la Información

**PALABRAS CLAVE:** Periodismo cultural, antropología, interculturalidad, identidad.

**RESUMEN:**

El presente estudio, pretende analizar la difusión cultural que se realiza en redes sociales, entorno a la danza folclórica ecuatoriana y su nivel de interacción que genera con la audiencia cibernética. Para ello, nuestros casos de estudio son: Centro Cultural Tradi Arte y Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo, debido a que, realizan un constante abordaje a la difusión de contenidos digitales. No obstante, se debe aclarar que para la realización de este trabajo fue necesario realizar un análisis de contenido web en

Facebook e Instagram, las plataformas más usadas por las asociaciones. Otra técnica que sirvió para recolectar información fue el uso de entrevistas a 6 expertos en temas culturales y espacios digitales. Por último, el proyecto de investigación busca hacer un llamado a las diferentes autoridades del país, para potenciar la cultura ecuatoriana por medio de los distintos canales que nos brinda la tecnología.

**N. DE REGISTRO (en base de datos):**

**N. DE CLASIFICACIÓN:**

**DIRECCIÓN URL (tesis en la web):**

**ADJUNTO PDF:**

**SI**

**NO**

**CONTACTO CON AUTOR/ES:**

Eras Maiza Genesis Carolina

Moreno Alfonso Juleissi Scarllet

**Teléfono:**

0989747864

0991555982

**E-mail:**

gerasm@ulvr.edu.ec

jmorenoa@ulvr.edu.ec

**CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:**

MSc. Diana Almeida Aguilera

**Teléfono:** (04) 2596500 Ext. 250

**E-mail:** dalmeidaa@ulvr.edu.ec

Mg. José Villavicencio Santillán

**Teléfono:** (04) 2596500 Ext. 300

**E-mail:** jvillavicencios@ulvr.edu.ec

# CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD ACADÉMICA

## CULTURA ECUATORIANA Y DIFUSIÓN EN PLATAFORMAS DIGITALES

### INFORME DE ORIGINALIDAD

8%	8%	3%	5%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://repositorio.ulvr.edu.ec">repositorio.ulvr.edu.ec</a> Fuente de Internet	3%
2	<a href="http://repositorioinstitucional.buap.mx">repositorioinstitucional.buap.mx</a> Fuente de Internet	<1%
3	<a href="http://darwinmoreta82.blogspot.com">darwinmoreta82.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1%
4	<a href="http://repositorio.unphu.edu.do">repositorio.unphu.edu.do</a> Fuente de Internet	<1%
5	<a href="http://repositorio.undar.edu.pe">repositorio.undar.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
6	<a href="http://dspace.pucesi.edu.ec">dspace.pucesi.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1%
7	<a href="http://xdoc.mx">xdoc.mx</a> Fuente de Internet	<1%
8	<a href="http://jcomal.sissa.it">jcomal.sissa.it</a> Fuente de Internet	<1%
9	Submitted to Universidad de Guadalajara Trabajo del estudiante	



Firmado electrónicamente por:  
ADRIAN CAMACHO  
DOMINGUEZ

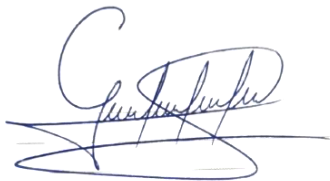
## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES**

Las estudiantes egresadas Genesis Carolina Eras Maiza y Juleissi Scarllet Moreno Alfonso, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, CULTURA ECUATORIANA Y SU DIFUSIÓN EN PLATAFORMAS DIGITALES, corresponde totalmente a las suscritas y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor(es)

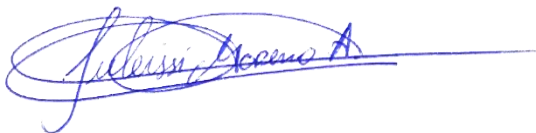
Firma:



Genesis Carolina Eras Maiza

C.I. 0951751890

Firma:



Juleissi Scarllet Moreno Alfonso

C.I. 0951670389

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación CULTURA ECUATORIANA Y SU DIFUSIÓN EN PLATAFORMAS DIGITALES, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: CULTURA ECUATORIANA Y SU DIFUSIÓN EN PLATAFORMAS DIGITALES, presentado por los estudiantes GENESIS CAROLINA ERAS MAIZA Y JULEISSI SCARLLET MORENO ALFONSO como requisito previo, para optar al Título de (LICENCIADO EN PERIODISMO), encontrándose apto para su sustentación.



Firmado electrónicamente por:  
ADRIAM CAMACHO  
DOMÍNGUEZ

Firma:

ADRIAM CAMACHO DOMÍNGUEZ

C.C. 0960294064

## **AGRADECIMIENTO**

**(ERAS)**

Quiero agradecer infinitamente a mi Dios, él es el que hizo todo. En el libro de Marcos 9:23 dice: “Si puedes creer, al que cree todo le es posible”, pero como no he de creer si fue él quien me puso en el lugar correcto y con las personas indicadas para que mi camino se comience a forjar.

Como no agradecerle al todopoderoso, que me dio las fuerzas para continuar y no desmayar cuando el día gris llegó a la puerta de mi casa.

A él es mi total agradecimiento.

## **AGRADECIMIENTO**

### **(MORENO)**

Agradezco a Dios por permitir que culmine este proyecto, por brindarme la fuerza y salud necesaria para llevarlo a cabo.

Agradezco a mis padres, quienes siempre me han brindado su apoyo incondicional para poder alcanzar mis metas y objetivos. Por guiarme durante toda mi vida académica y darme el impulso necesario para realizar los retos que me propongo. A mi compañera de titulación, quien ha sido un pilar fundamental en la elaboración de esta tesis.

Extiendo mi gratitud a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por permitirme efectuar mis estudios en su establecimiento. También a los docentes que durante nueve semestres me impartieron sus conocimientos y consejos, los cuales aportaron en mi crecimiento intelectual.

Le agradezco muy profundamente a mi tutor PhD. Adriam Camacho, por ser nuestra mi mentor y guía, gracias por los consejos emitidos durante esta etapa. De igual forma a todas las personas que creyeron en mí.



## **DEDICATORIA**

### **(ERAS)**

A quién más he dedicar este proyecto, sino a las seis personas más importantes en mi vida. Lo único que tengo bajo los cielos y que comienza desde mis dos amores más incondicionales, mis abuelos, Oswaldo Maiza y María Guerra; mi tía, mi segunda madre, la Ab. Graciela Guerra, quien me acogió como su hija y siempre creyó, y me motivó, en que podría ser y hacer la diferencia en mi familia; a mi motor de vida, mi pequeña mi hija, Cristina Castro; al hombre que se sumó en el camino y no corto mis alas, más voló conmigo, para convertirse en mi sustento, mi amigo, mi compañero, mi roca firme en la tierra, en el que siempre encuentro descanso y apoyo incondicional, mi esposo, Cristian Castro.

Pero, sobre todo, le dedico esta investigación a la mujer que, aunque se quedó sola y sin poder estudiar, se esforzó muchísimo, sin limitarse o poner de excusa su enfermedad y la discriminación que sufrió a causa de ella, quien hizo de todo para convertir a su única hija, en una profesional completa. A la persona que cuando me convertí en madre, no me dejó sola, sino que me ayudó a llevar el peso de la crianza de una hija, para que yo pueda culminar la Universidad, a mi madre, Wilma Maiza; el ser con el que inició todo.

Este trabajo, no solo representa mi esfuerzo, es el orgullo y honra a mi familia, quienes se merecen disfrutar junto a mis todos los frutos que a partir de este momento comenzaré a cosechar.

## **DEDICATORIA**

**(MORENO)**

En primer lugar, quiero dedicar el proyecto a DIOS, quien me supo guiar durante los nueve semestres de esta carrera; a Petita y Teodoro, mis padres, quienes han estado siempre a mi lado, motivándome e impulsándome a creer en mí, para lograr cumplir mis metas y que durante todo este camino supieron ser mi guía. Por ayudarme a conquistar este logro, el cual es fruto de su trabajo.

A mis hermanos, que siempre me acompañaron moralmente en la realización de mis estudios. De la misma forma a mis abuelos que en vida me dieron el valor necesario para alcanzar mis objetivos y que hoy me están cuidando desde el cielo.

Finalmente, quiero dedicar esta tesis a todos mis amigos, por apoyarme y aconsejarme en los momentos más bajos, supieron extenderme su mano cuando más lo necesite, siempre los llevaré en mi mente y corazón

# ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD ACADÉMICA.....	iv
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES .....	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
DEDICATORIA.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
<b>1.1. Tema:</b> .....	2
<b>1.2. Título</b> .....	2
<b>1.3. Planteamiento del Problema:</b> .....	2
<b>1.4. Formulación del Problema:</b> .....	4
<b>1.5. Objetivo General</b> .....	4
<b>1.6. Objetivos Específico</b> .....	5
<b>1.7. Idea a Defender</b> .....	5
CAPÍTULO II.....	6
<b>2.1.1. Cultura</b> .....	6
<b>2.1.3. Cultura ecuatoriana</b> .....	7
<b>2.1.4. Identidad cultural</b> .....	10
<b>2.2. Folklore</b> .....	11
<b>2.2.1. Clasificación del folklore</b> .....	12
<b>2.3. La danza folclórica</b> .....	13
<b>2.3.1. La danza folclórica en Ecuador</b> .....	13
<b>2.3.2. Danza folclórica ecuatoriana según su tipo de baile</b> .....	16
<b>2.3.3. Música del folklore ecuatoriano</b> .....	17
<b>2.4. Redes sociales</b> .....	17
<b>2.4.1. Características de las redes sociales</b> .....	19
<b>2.4.2. Clasificación de las redes sociales según su público objetivo</b> .....	21
<b>2.5. Facebook</b> .....	22
<b>2.5.1. Herramientas de Facebook para la cultura</b> .....	23
<b>2.6. Instagram</b> .....	26
<b>2.7. De las tarimas a lo virtual</b> .....	27
<b>2.8. Periodismo especializado</b> .....	29
<b>2.8.1. Periodismo cultural</b> .....	31
<b>2.8.2. Modelos de información de periodismo cultural</b> .....	33

2.8.3.	Claves para ejercer un buen periodismo cultural.....	34
2.9.	Marco legal.....	35
CAPÍTULO III.....		42
3.1.	Enfoque de la investigación.....	42
3.2.	Alcance de la investigación.....	42
3.3.	Técnica e instrumentos para obtener los datos.....	42
3.4.	Análisis de contenido web.....	46
3.5.	Población y muestra.....	46
3.5.1.	Observación del manejo comunicacional del Centro Cultural Tradi Arte.....	46
3.5.1.1.	Análisis del contenido de la página de Facebook de Tradi Arte.....	49
3.5.1.2.	Análisis del contenido de la cuenta de Instagram de Tradi Arte.....	56
3.5.2.	Observación del manejo comunicacional de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo.....	61
3.5.2.1.	Análisis del contenido de la página de Facebook de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo.....	63
3.5.2.2.	Análisis del contenido de la página de Facebook de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo.....	70
3.6.	Presentación y análisis de resultados de entrevistas a agrupaciones bajo estudio.....	75
3.6.1.	Diego Gómez - vicepresidente del Centro Cultural Tradi Arte:.....	75
3.6.2.	Marco Herrera -bailarín de planta del Centro Cultural Tradi Arte:.....	77
3.6.3.	Joel Negrete - director de Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo.....	78
3.6.4.	Fernanda Negrete - fundadora de Fraternidad Foklórica y Cultural San Gerónimo.....	79
3.6.5.	Análisis de las entrevistas los miembros de agrupaciones del estudio.....	81
3.7.	Presentación y análisis de resultados de entrevistas a expertos.....	83
3.7.1.	Eduardo Varas Carvajal - (Periodista Cultural).....	83
3.7.2.	Dayana Monroy - Periodista y presentadora del programa: “Te veo Ecuador” transmitido por Teamazonas.....	85
3.7.3.	Luis Páez - Antropólogo de danzas tradicionales y profesor de etnocoreología en la Universidad de las Artes.....	87
3.7.4.	Fernando Rodríguez - Profesor de danza folclórica en la Casa de la Cultura del Núcleo del Guayas.....	89
3.7.5.	Jorge Andrés Vallejo - Productor de redes de “Te veo Ecuador” transmitido por Teamazonas.....	91
3.7.6.	Wilman Ordoñez - Historiador, escritor y folklorista. Director Cía. Retrovador .	93
3.7.7.	Análisis de entrevistas con expertos.....	96
CONCLUSIONES.....		99
RECOMENDACIONES.....		100

Referencias Bibliográficas .....	101
ANEXOS .....	108

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b>	8
<b>Tabla 2.</b>	10
<b>Tabla 3.</b>	15
<b>Tabla 4.</b>	16
<b>Tabla 5.</b>	17
<b>Tabla 6.</b>	30
<b>Tabla 7.</b>	33
<b>Tabla 8.</b>	36
<b>Tabla 9.</b>	38
<b>Tabla 10.</b>	39
<b>Tabla 11.</b>	44
<b>Tabla 12.</b>	45
<b>Tabla 13.</b>	45
<b>Tabla 14.</b>	47
<b>Tabla 15.</b>	49
<b>Tabla 16.</b>	51
<b>Tabla 17.</b>	52
<b>Tabla 18.</b>	53
<b>Tabla 19.</b>	54
<b>Tabla 20.</b>	55
<b>Tabla 21.</b>	57
<b>Tabla 22.</b>	58
<b>Tabla 23.</b>	59
<b>Tabla 24.</b>	60
<b>Tabla 25.</b>	61
<b>Tabla 26.</b>	62
<b>Tabla 27.</b>	63
<b>Tabla 28.</b>	65
<b>Tabla 29.</b>	66
<b>Tabla 30.</b>	68
<b>Tabla 31.</b>	69
<b>Tabla 32.</b>	71
<b>Tabla 33.</b>	72

<b>Tabla 34.</b> .....	73
<b>Tabla 35.</b> .....	75
<b>Tabla 36.</b> .....	81
<b>Tabla 37.</b> .....	96

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.....</b>	<b>7</b>
<b>Figura 2.....</b>	<b>12</b>
<b>Figura 3.....</b>	<b>34</b>
<b>Figura 4.....</b>	<b>49</b>
<b>Figura 5.....</b>	<b>50</b>
<b>Figura 6.....</b>	<b>51</b>
<b>Figura 7.....</b>	<b>52</b>
<b>Figura 8.....</b>	<b>54</b>
<b>Figura 9.....</b>	<b>55</b>
<b>Figura 10.....</b>	<b>56</b>
<b>Figura 11.....</b>	<b>57</b>
<b>Figura 12.....</b>	<b>58</b>
<b>Figura 13.....</b>	<b>59</b>
<b>Figura 14.....</b>	<b>60</b>
<b>Figura 15.....</b>	<b>63</b>
<b>Figura 16.....</b>	<b>65</b>
<b>Figura 17.....</b>	<b>66</b>
<b>Figura 18.....</b>	<b>67</b>
<b>Figura 19.....</b>	<b>69</b>
<b>Figura 20.....</b>	<b>70</b>
<b>Figura 21.....</b>	<b>71</b>
<b>Figura 22.....</b>	<b>73</b>
<b>Figura 23.....</b>	<b>74</b>
<b>Figura 24.....</b>	<b>83</b>
<b>Figura 25.....</b>	<b>85</b>
<b>Figura 26.....</b>	<b>89</b>
<b>Figura 27.....</b>	<b>91</b>
<b>Figura 28.....</b>	<b>93</b>



## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1.</b> ....	108
<b>Anexo 2.</b> ....	109
<b>Anexo 3.</b> ....	110
<b>Anexo 4.</b> ....	111

## INTRODUCCIÓN

Ecuador cuenta con 18 millones de habitantes y desde el 2008 fue declarado como pluri y etno-cultural debido a la diversidad étnica que existe entre sus ciudadanos, que lo enriquecen en: lengua, religión, creencias, costumbres, ritos y más.

Dentro de estas culturas conformadas por las 14 nacionalidades y 18 pueblos indígenas, surgen, desde hace décadas atrás, las agrupaciones de danza folclórica ecuatorianas, que busca representar y expresar la forma en que vivieron sus ancestros, mediante expresiones corporales y atuendos representativos de ellos.

Sin embargo, nuestra sociedad moderna esta desligada del conocimiento cultural y, más bien, arraigada al mundo tecnológico, lo que deja a desnivel el arte y la historia que envuelve a los ecuatorianos. El mundo de la danza folclórica migró a las nuevas plataformas digitales con el fin de buscar un nuevo público, sin embargo, la interacción que reciben por redes sociales no sobrepasa de su propio entorno.

El fin de este proyecto investigativo es demostrar la calidad de contenidos que transmiten estas agrupaciones y la respuesta que reciben por parte de sus seguidores. Al mismo tiempo, de contrastar opiniones de expertos en el área de la cultura y comunicación digital.

El presente trabajo está compuesto por tres capítulos:

- En el primero se planteará el problema y su formulación. Así mismo, los objetivos generales, específicos y la idea que se buscará defender en nuestros casos de estudio.
- En el segundo se desarrollará el cuerpo de la tesis por medio del marco teórico y su sustentación legal con la premisa de ahondar los conceptos culturales.
- En el tercero se dará a conocer los resultados del proyecto investigativo y las entrevistas que se realizará a expertos en el área de comunicación y el mundo del arte. También, se empleará un análisis web a las agrupaciones: Centro Cultural Tradi Art y Fraternidad Folklórica San Gerónimo.

# CAPÍTULO I

## DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1. Tema:

Cultura ecuatoriana y su difusión en plataformas digitales

### 1.2. Título

Redes sociales como herramienta de difusión para la Danza Ecuatoriana Folclórica

### 1.3. Planteamiento del Problema:

La nueva era tecnológica revolucionó la tradicional forma de comunicación a nivel global. Por consiguiente, medios informativos migraron al auge de las plataformas digitales para capturar a la nueva audiencia cibernética. Y es que si hoy en día no estas en redes, no existes.

El experto (Del Alcazar Ponce, Mentinno, 2021) en su informe de Ecuador Digital 2022 en el que cuantifica la cantidad de individuos que tienen perfiles creados en Instagram y Facebook, con resultados de 19 millones de usuarios. Mientras que, en Ecuador, el contador poblacional del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) registra 18 millones de ecuatorianos. La mayor concentración de la población que usan medios sociales se encuentra en: Guayaquil, Quito, Manta, entre otras ciudades.

Un breve ejemplo de esta transformación y aceptación del nuevo método de informar es la del periódico El Universo, quien desde el 31 de marzo del 2009 se unió a Facebook y cuenta con una comunidad que supera los 2.5 millones de usuarios y en Instagram cuentan con más de 900 mil seguidores.

Asimismo, Ecuavisa, medio televisivo, creó su perfil en la aplicación azul el 1 de diciembre del 2009; como resultado tienen más de 4 millones de seguidores y en Instagram 1.8 millones. Ambos medios cuentan con el visto azul de cuenta verificada que ofrece Meta (nuevo nombre de Facebook).

El Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación (2021), encargado de brindar el certificado de Registro Público de Medios, expresó en su última actualización del listado 2021 que, hasta ese año, se registró y certificó a 80 medios en internet. Las ciudades que cuentan con mayor presencia de estos espacios de comunicación online son: Pichincha (24), Guayaquil (14), Cotopaxi (8), Chimborazo (7) y Manabí (5).

Sin embargo, después de visualizar el contenido publicado en alrededor de 15 medios, en internet, que se encuentran enlistados al (Consejo de Comunicación, 2021), entre ellos diario El Universo, donde se evidencia que la difusión de aspectos culturales es casi nula.

Es decir, desde el 20 de mayo hasta el 03 de junio del 2022 se contabilizó 171 publicaciones en Instagram y solo tres de ellas se relacionaron a la conmemoración por la Batalla del Pichincha. En las piezas gráficas de los siguientes meses no se difundía, concretamente, contenidos de cultura ecuatoriana. De hecho, los temas más frecuentes e interactivos eran de aspectos noticiosos, políticos, deportivos o de entretenimiento.

Por lo que se puede entender que, en Ecuador, la práctica del periodismo cultural es casi nula. Tristemente, esto se debería que para los medios no es rentable, ya que los ecuatorianos no consumimos estos temas a comparación de otros. Tal como el ejemplo que se mencionó anteriormente. Por lo que, la nueva generación que nace con la tecnología, probablemente, no conocerá de manera profunda sus raíces. Esto sucede porque los nuevos jóvenes están enfocados en consumir aristas diferentes.

Por esta razón, agrupaciones como El Centro Cultural Tradi Arte, dirigido por el concejal de la Provincia de Pastaza, Angel Rilo Bayas, y la Fraternidad Folklórica San Gerónimo hacen uso de las herramientas que las redes sociales como: Facebook e Instagram, disponen para poder crear contenido y difundirlo por medio de estas plataformas. Con el fin de dar a conocer su arte y presentaciones en el que se desarrollan.

Pese a que ambos concilios manejan comunidades virtuales que van desde los mil hasta siete mil seguidores, y se apegan, a la ciencia que explica que el cerebro responde de mejor manera al estímulo ocular, con la creación de productos audiovisuales que generan un atractivo a su identidad visual, dentro de las plataformas antes mencionadas, la interacción que manejan con su audiencia es poca.

Algo similar ocurre con los 16 conjuntos artísticos que se encuentran asociados al Movimiento Integral de Danzas Formativas del Ecuador (MIDFE) y las 14 agrupaciones de la Corporación de Danzas Folklóricas y Populares del Guayas.

Según (Mosseri, 2021) el problema de bajo *engagement* en asuntos especializados, como la cultura, inicia con que el tema no está dentro de sus búsquedas frecuentes, lo que causa que los algoritmos decidan que se muestra y que no. Este sería el motivo por el que las publicaciones, sin importar las estrategias o el tipo de contenidos que se aplique, no se viralice o alcance a más personas.

Debido a esta falta de interés como ecuatorianos en culturizarnos y de medios de comunicación en promover el reconocimiento de nuestras culturas, de forma continua y no solo en fechas cívicas, cómo el 22 de agosto, Día Mundial del Folclor declarado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la nueva era digital, que con tan solo un clic se informa de cualquier tema, no buscará nunca algo relacionado con el arte de la danza.

Por tanto, si en los medios tradicionales no lo promueven y, peor, ni siquiera lo observan en las pantallas inteligentes, no tendrán una motivación o interés alguno, indica (Diario El Norte, 2018).

Como consecuencia, la problemática surge en que mientras menos se difunda temas relacionados con el arte cultural; los niños, adolescentes, jóvenes y adultos no encontrarán el porqué de conocer sus orígenes. Por esa razón, para la UNESCO es importante promover, descubrir y preservar el patrimonio nacional de un individuo.

Ecuador es un país pluricultural donde las calles de las regiones de la Costa, Sierra y Oriente se avivan y llenan de color cuando grupos folclóricos emanan mediante expresiones corporales la cultura y costumbres de nuestros antepasados. De tal manera que, se requiere migrar estas tradiciones a lo virtual para que jóvenes y adultos conozcan la historia del país que los acuna.

El mundo del periodismo es tan amplio que existen varias ramas de la misma: periodismo turístico, ambiental, social, político, entre otros. Cada uno de estos espacios difunden y mantienen una interacción constante con la audiencia ecuatoriana a través de cualquier pantalla. Sin embargo, el periodismo cultural es un mundo poco explorado dentro de nuestra sociedad comunicacional.

De tal manera que, el presente proyecto investigativo nace de la carencia de información cultural de medios en internet y de analizar la calidad de contenidos que se difunden e identificar el por qué nuestros grupos de estudios que son: “Grupo Ibero Americano y Corporación de Arte Hispano, no tienen una fuerte presencia en los medios sociales.

#### **1.4. Formulación del Problema:**

¿Qué tipo de contenido e impacto generan en las redes sociales la información que como medio de difusión cultural presentan los grupos de danzas folclóricas ecuatorianas?

#### **1.5. Objetivo General**

Analizar el contenido e impacto comunicacional en las redes sociales de los grupos de danzas folclóricas ecuatorianas

### **1.6. Objetivos Específico**

- Evaluar los referentes teóricos acerca de la difusión de contenidos folclóricos en redes sociales.
- Caracterizar las estrategias de comunicación cultural presentadas en las redes sociales por los grupos de danzas folclóricas ecuatorianas
- Evaluar el alcance comunicacional de los contenidos culturales presentados por los grupos de danzas folclóricas ecuatorianas en las redes sociales

### **1.7. Idea a Defender**

El periodismo cultural y la difusión de la historia ecuatoriana a través de las redes sociales que difunden los grupos folclóricos beneficia a la nueva sociedad digital en conocer sobre su cultura de una forma innovadora y creativa.

### **1.8. Línea de Investigación Institucional/Facultad.**

**Línea institucional:** Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación.

**Línea de la facultad:** Gestión de la comunicación, nuevas tecnologías y análisis del discurso.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes de la investigación**

Para el desarrollo de la investigación “Cultura ecuatoriana y su difusión en plataformas digitales” se revisaron diferentes libros y páginas en donde se han encontrado diversos trabajos de investigación relacionados al folklore.

El libro “Redes culturales. Claves para sobrevivir en la globalización” es uno de los sustentos que nos permitirá relacionar al folklore con la utilización de las redes sociales y; por consiguiente, analizar la difusión del folklore en estas plataformas.

Interactividad y redes sociales por Antonio Fernández Paradas. Este libro explica el uso de las redes sociales existentes y la difusión que se puede realizar dentro de cada una. El aporte de este libro ayuda a nuestro proyecto en conocer de mejor manera las redes sociales y su capacidad de comunicación.

La empresa en la web 2.0: El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial por Javier Celaya. Una vez entendido el uso y funciones de las redes sociales debemos conocer que existe una clasificación especial donde cada una de ellas cuentan con herramientas de contenido sugeridas por sus mismos creadores y diseñadores.

##### **2.1.1. Cultura**

Definir el concepto de cultura se vuelve algo imposible, ya que dejaríamos por fuera los estudios antropológicos, etnográficos, geográficos, sociales o científicos, desarrollados a lo largo de la historia de la humanidad, que intentan darle un concepto exacto.

Sin embargo, para esta investigación tomaremos de referencia la connotación que expresa la (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2012) donde dice que la cultura “es un conjunto distintivo de una sociedad o grupo social en el plano espiritual, material, intelectual y emocional comprendiendo el arte y literatura, los estilos de vida, los modos de vida común, los sistemas de valores, las tradiciones y creencias”. (pág. 10).

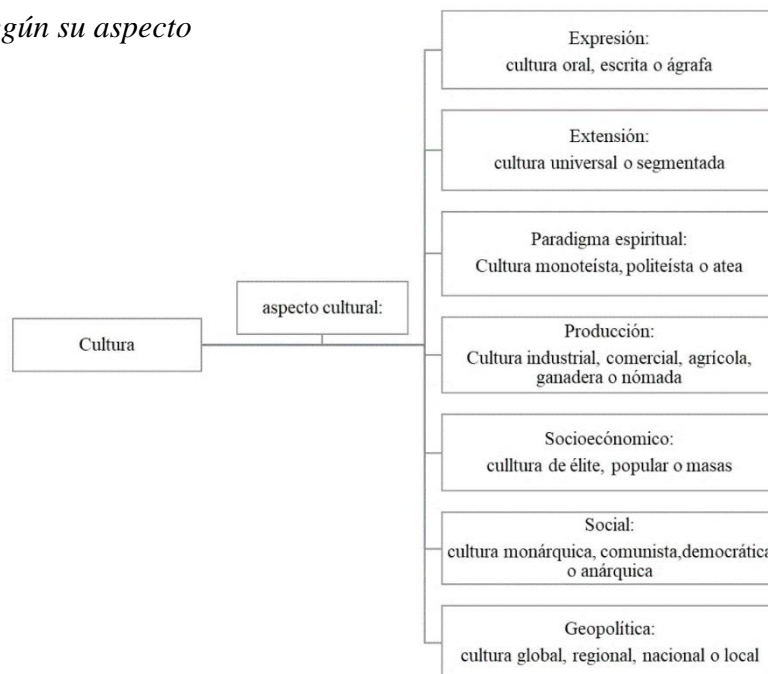
Esta idea engloba el conocimiento básico que se nos impartía desde las aulas al estudiar la forma en que vivían, alimentaban, escribían y vestían los asentamientos humanos antiguos, incluso, sus creencias, ritos y costumbres.

Se podría decir que la cultura es la característica de una comunidad en su particularidad de vivir, inspirar y expresar sus pensamientos hacia la nueva visión social. Es decir, todo lo que rodea la naturaleza del hombre es cultura, siempre y cuando, se reconozca y distribuya en un espacio comunitario y no se lo deje a carácter individual, con el fin de que se pueda convertir en un elemento de importancia cultural a nivel nacional.

### 2.1.2. La cultura según su aspecto

**Figura 1.**

*La cultura según su aspecto*



**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

### 2.1.3. Cultura ecuatoriana

La pluralidad cultural se convierte en un reto positivo para la constitucionalidad actual por su capacidad de crear convivencias entre las personas de diferentes culturas, etnias, lenguas y religiones. Países como Bélgica, Canadá, Bolivia y España reconocen su plurinacionalidad por la coexistencia de varias nacionalidades y pueblos indígenas dentro de un mismo estado.

En el territorio latinoamericano, Ecuador es uno de los países que evidencia una definición de la diversidad cultural desde la constitución de 1998. Pero por su lado (Grijalva, 2008), indica que:

El Estado plurinacional no es o no debe reducirse a una Constitución que incluye un reconocimiento puramente culturalista, a veces solo formal, por parte de un Estado en



realidad instrumentalizado para el dominio de pueblos con culturas distintas, sino un sistema de foros de deliberación intercultural auténticamente democrática. (Grijalva, 2008, pág. 51)

Por lo que, no fue hasta la Constitución del 2008 que ya no solo se define o reconoce, si no que Ecuador es declarado un estado plurinacional e intercultural. En el que se eliminó y modificó la clasificación de derechos civiles, políticos, económicos, sociales y culturales por derechos de participación, derechos de libertad, etc. E incluso, los derechos colectivos, los distinguió como “derecho de las comunidades, pueblos y nacionalidades.

Con base a esta breve introducción, para hablar de cultura ecuatoriana debemos partir desde sus habitantes. Actualmente su población es de 18 millones de personas, según el contador poblacional del (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2022). Lo que quiere decir que dentro de esas cifras se encuentra etnias de gran importancia que enriquecen el nacimiento y la historia cultural a través de su música tradicional, la danza, los ritos espirituales, la religión, las festividades, la lengua, entre otras aristas.

Para conocer un poco de ello, desglosaremos las 14 nacionalidades y 18 pueblos que tiene Ecuador, según el boletín de Biodiversidad, Pueblos y Nacionalidades emitido por el (Consejo Nacional para la Igualdad de Pueblos y Nacionalidades, 2022).

**Tabla 1.**

*Nacionalidades y Pueblos Indígenas Ecuador*

<b>Región</b>	<b>Nacionalidad</b>	<b>Población</b>	<b>Ubicación</b>
<b>COSTA</b>	Awá	3.082	Carchi, Esmeraldas, Imbabura
	Chachis	8.040	Esmeralda
	Épera	300 - datos de 2011	Esmeraldas
	Tsa'chila	2.640 - 1997	Santo Domingo de los Tsáchilas
<b>AMAZONÍA</b>	Achuar	5.440 - 1998	Pastaza y Morona
	Andoa	800	Pastaza
	Cofán	800	Sucumbíos
	Huaorani	2.200 - 1999	Orellana, Pastaza y Napo
	Secoya	380	Sucumbíos
	Shiwiar	697 - 1992	Pastaza

	Shuar	110.000	Morona, Zamora, Pastaza, Napo, Orellana, Sucumbíos, Guayas, Esmeraldas
	Siona	360	Sucumbíos
	Zápara	450 - 2001	Pastaza
	Kichwa	80.000-2001	Sucumbíos, Orellana, Napo y Pastaza
<b>SIERRA</b>	Kichwa	2'000.000	Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar, Cañar, Azuay, Chimborazo, Loja, Zamora y Napo

**Fuente:** (Consejo Nacional para la Igualdad de Pueblos y Nacionalidades, 2022)

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

**Tabla 2.***Pueblos indígenas según el Consejo de Desarrollo de la Nacionalidades y Pueblos de Ecuador*

<b>Pueblo</b>	<b>Población</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Lengua</b>
Chibuleo	12.000	Tungurahua	Kichwa y español
Karanki	6.360	Imbabura	Kichwa y español
Cañar	150.000	Azuay	Kichwa y español
Cayambi	147.000	Pichincha	Kichwa y español
Kisapincha	12.400	Tungurahua	Kichwa y español
Kitukara	100.000	Pichincha	Kichwa y español
Panzaleo	58.738	Cotopaxi	Kichwa y español
Natabuela	15.000	Imbabura	Kichwa y español
Otavalo	65.000	Imbabura	Kichwa y español
Puruwá	400.000	Chimborazo	Kichwa y español
Palta	24.703	Loja	Español
Salasaka	12.000	Tungurahua	Kichwa y español
Saraguro	50.000	Loja, cantones:	Kichwa y español
Waranka	67.748	Bolívar	Kichwa y español
Huancavilca	100.000	Santa Elena y Guayas	Español
Secoya	380	Sucumbíos	Paicoca
Siona	360	Sucumbíos	Paicoca y español
Cofán	800	Sucumbíos	A'ingae

**Fuente:** El Universo (2019)**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

#### **2.1.4. Identidad cultural**

La identidad empieza por el sinónimo de semejanza, que aparece como un método de segmentación para la categorización de nosotros, en base a nuestras creencias o el cómo nos reconocemos y autodenominamos. Por lo tanto, es nuestro sello indeleble que nos da un sentido de pertenencia.

En cuanto a la identidad cultural, en el ensayo de (Martínez Reyes, 2011), es la procedencia de nuestros orígenes como individuo. Por lo que, para abordarlo en un mejor contexto, analizará las siguientes dos corrientes antropológicas:

- Corriente esencialista: explica que las cualidades culturales se transfieren de generación en generación, lo que construye y recrea una identidad cultural con el avanzar del tiempo.
- Corriente constructivista: A diferencia de la anterior, esta menciona que la identidad es algo que no se puede heredar, sino que el personaje la construye desde la percepción propia. En otras palabras, depende de la permanencia y cambio del ser humano entre permanecer y no pertenecer.

Por otro lado, en la investigación de (Estupiñán Quiñones & Agudelo Cely, 2008) se explica cómo las identidades culturales pueden ser creadas. Los investigadores indican:

Las identidades culturales también se fabrican dentro de una madeja de interrelaciones, de vínculos fecundos, de alternativas posibles, en donde los imaginarios, las extrañezas, las legitimidades, las comprensiones y los conflictos, hacen que el otro aparezca, dando apertura a la diferencia como vía promisoría para las prácticas de los encuentros humanos. (2008, pág. 31)

Como se ha dicho, este tipo de identidad se guía por el origen de la filosofía, valores, creencias, apariencia, tradiciones y costumbres de un determinado grupo al cual un individuo se siente parte y auto reconoce como tal, por lo que asume una identificación propia y diferencia de las demás cultural.

## **2.2. Folklore**

Para mencionar el folklore y sus variedades debemos conocer el origen de este, y es que el termino es acreditado por el arqueólogo William John Thoms, responsable de usarlo por primera vez el 22 de agosto de 1846 en la revista The Athenaeum de Londres. Sin embargo, el (Ministerio de Cultura Argentina, 2018) menciona que no fue hasta 1960 en el Primer Congreso Internacional de Folklore donde se reunieron representantes y líderes de 30 países en la ciudad de Buenos Aires-Argentina, cuando la Organización de las Naciones para la Educación y la Cultura (UNESCO), instauró el 22 de agosto como el Día Mundial del Folklore para rendir homenajes a las expresiones artísticas de las culturas de los pueblos ancestrales.

El folklore integra orgánicamente la vida del pueblo; el abogado, bibliotecólogo y folclorólogo, Augusto Cortázar indicó que:

Éste incorpora también a su vida actual ese pasado, que sobrevive en la memoria colectiva, no como simple recuerdo de algo ocurrido y concluso en una época cualquiera, sino como tradición, como elemento proveniente de un pretérito indeterminado, pero vigente hoy en las preferencias colectivas, en los ideales comunes, en las costumbres, en las normas consuetudinarias. (Cortazar, 1959, pág. 5)

En la investigación de (Díaz G., 2005) sobre el Folklore en la actualidad se menciona que éste se convirtió en una ciencia especializada en el siglo XIX durante la corriente romántica que se interesaba por las tradiciones o antigüedades populares y la reconstrucción de la identidad nacional. Asimismo, desde el “saber del pueblo” – lo que significa la palabra folklore- se intentaba recuperar la esencia de los pueblos ancestrales.

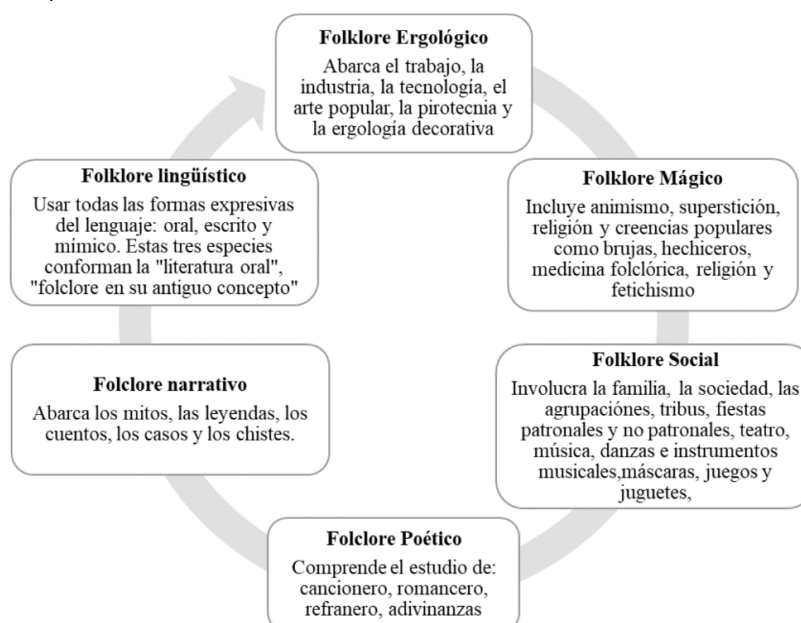
De forma semejante (Bialogorski, 1998) indica que el folklor está vinculado a la ciencia de la antropología como una dimensión cultural que inicia su partida desde el objeto de estudio procurando entender y explicar el comportamiento social de la identificación grupal.

### 2.2.1. Clasificación del folklore

Según el antropólogo folclorista (Carvalho-Neto, 1964) el folklor se clasifica en seis especies que son:

**Figura 2.**

*Clasificación del folklore*



**Fuente:** (Carvalho-Neto, 1964)

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023).

## 2.3. La danza folclórica

La danza es la expresión de arte más antiguo, como lo manifiesta (García Ruso, 1997) en su libro.

Es considerada, generalmente, como la expresión de arte más antigua, a través de ella se comunica sentimientos de alegría, tristeza, amor, vida, muerte. El hombre a lo largo de la historia, no sólo, ha utilizado la danza como liberación de tensiones emocionales, sino también, desde otros aspectos, tales como: ritual, mágico, religioso, artístico, etc. (García Ruso, 1997, pág. 15)

En una investigación realizada por (Montúfar Pomboza, 2011) de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador se indica que la danza folclórica es parte del patrimonio cultural de un país que se ha desarrollado conforme el tiempo ha avanzado. Es decir, dentro de la práctica que se lleva a cabo a través de la expresión corporal se impregna ideas, costumbres, problemas o rituales del pueblo al que pertenecemos. Este tipo de danza nace en medio de las danzas primitivas.

Así lo afirma (Castañer Balcells, 2002) argumentando que existen pruebas que concluyeron en que los ancestros de las danzas folclóricas son las primitivas, ya que la función de ellas era la expresión y comunicación de las primeras sociedades.

Lo que quiere explicar es que se denomina danzas primitivas a los movimientos que realizaban comunidades en torno a fenómenos naturales con el fin de interceder de manera directa ante: la lluvia, el sol o la fertilidad.

### 2.3.1. La danza folclórica en Ecuador

En el estudio de “Danza y Folklore” de (Chávez Silva, 2022) se contextualiza en que probablemente no existe un punto de partida de cuando inicio esta práctica en nuestro país, pero al igual que lo hemos indicado anteriormente existen hallazgos arqueológicos acorde a los periodos incaicos, formativos y regionales donde se presume que comenzó la danza en el año 2600 a.C.

No obstante, para (Bedón Almeida, 2014) existen tres raíces folclóricas:

- **Aborígen:** Nace de las comunidades indígenas y de las costumbres de los nativos propios de América que en sus comienzos lo realizaron con nobleza, fuerza y optimismo.

- **Mestiza:** Con la presencia de los españoles las viejas costumbres se transformaron a los nuevos conceptos que se imponían en aquellos tiempos. Principalmente en la música, vestimenta, religión, etc.
- **Afroecuatoriano:** Enfatiza en las ideologías de la raza negra en zonas como: Esmeralda y Valle del Chota. Mismo lugar donde los españoles los sometieron y los tomaron por esclavos. Sus tradiciones y creencias se asemejan a las dos raíces antes mencionadas, pero con diferencias musicales, ya que si ritmo es más alegre.

Por lo tanto, en la investigación de “Música Patrimonial del Ecuador” realizado por (Mullo Sandoval, 2009) se dice que en los setenta aparecieron grupos folclóricos de música y danza indígena integrados por mestizos. Tiempo después en Imbabura y Otavalo surgieron más agrupaciones como “Nanda Mañachi” que traducido del kichwa al español significa “Préstame el Camino”.

Esta agrupación la podemos encontrar en las dos redes de análisis de esta investigación: Facebook e Instagram. Donde en la primera red mencionada cuentan con alrededor de cinco mil amigos, mientras que en la última tienen 152 seguidores y 12 publicaciones. Cabe recalcar que el medio que más usan para expresar temas culturales o políticos que afecten a sus raíces y contenido artístico, es en Facebook. Donde solo en este espacio cuentan con más de 900 fotografías.

Por otro lado, hay autores como (Chiguano Romero & Morillo Quiroz, 2021) quienes exponen que la danza folclórica ecuatoriana es la manifestación musical y artística en formato ritual desarrollando movimientos al son musical que transmiten un mensaje cultural para su entorno.

Similar a lo que dice (Aguilar-Chasipanta y otros, 2017), quienes en su artículo aclaran que esta práctica nacional “es una de sus expresiones más sublime, en la que el lenguaje corporal manifiesta las vivencias, sentimientos, sensaciones, ideas y pensamientos que se expresan en formas de rituales, danzas y juegos”. (2017, pág. 2)

Por consiguiente (Murillo Baldeón, 2019) indica que la danza folclórica en nuestra región es considerada como la evolución cultural de la alegría por cualquier festividad que acontezca en nuestro espacio. Tal como las conmemoraciones enlazadas al santoral católico como: las caminatas en honor a alguna imagen religiosa, el día de los difuntos, la navidad, carnaval, etc.

En la tabla 3 se presenta el proyecto investigativo de (Montúfar Pomboza, 2011) que desglosa seis tipos de danzas ecuatorianas basadas en la conceptualización del folclorista y escritor guayaquileño Guido Garay:

**Tabla 3.**

*Tipos de danzas ecuatorianas, según Guido Garay*

<b>Clasificación de danzas</b>	<b>Conceptos</b>
<b>Danza autóctona</b>	<b>folclórica</b> Se da en comunidades indígenas, según la fecha festiva y se lo practica en su propio territorio junto a sus animales o vivienda.
<b>Danza autóctona de proyección</b>	<b>folclórica</b> Comunidades indígenas salen libremente a bailar en cantones o parroquias. Ejemplo: Corpus Christi.
<b>Danza de proyección</b>	<b>folclórica de</b> Se debe conocer sobre la música, vestuarios, pasos o personajes. La finalidad es enriquecer y graficar a la cultura. Ejemplo: Corporación de Arte Iberoamericano
<b>Danza consumo</b>	<b>folclórica de</b> El objetivo es monetizar las presentaciones y lo practican agrupaciones que no tienen objetivos ni conocimientos culturales.
<b>Danza institucional</b>	Las presentaciones se dan en instituciones educativas, asociaciones o gremios con propósito de acto social.
<b>Danza didáctica pedagógica</b>	<b>folclórica</b> Expresa conocimientos en escuelas y colegios mediante la pedagogía para garantizar identidad cultural.

**Fuente:** (Montúfar Pomboza, 2011).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023).

Para finalizar es importante dejar en claro que, desde los tiempos arcaicos hasta la nueva sociedad moderna, el objetivo de la danza folclórica ecuatoriana se basa en el rescate de la identidad cultural de nuestros ancestros que con la modernidad y el impacto de una pandemia que nos encerró durante mucho tiempo, hoy en día es necesario avivar la historia de pueblos autóctonos y representar las costumbres de sus habitantes. Por el cual nuestro proyecto se dirige a analizar las redes sociales y como difundir este arte en las nuevas plataformas digitales.



### 2.3.2. Danza folclórica ecuatoriana según su tipo de baile

**Tabla 4.**

*Tipos de danza folclórica*

<b>Tipos</b>	<b>Concepto</b>
<b>La marimba</b>	La (UNESCO, 2017) define a esta danza como una herencia de los africanos que se asentaron en Colombia y en la provincia verde, Esmeraldas-Ecuador. En las expresiones corporales que realizan los danzantes resaltan las líricas de relatos y poemas, según el acto religioso o festivo en el que se desarrolle. Con el fin de festejar la vida, rendir honor a los santos y despedirse de quienes fallecieron.
<b>Baile de las Cintas</b>	Tumán o Tukumán, es un baile en el que se usan cintas de colores para representar el arcoíris, así indica en un artículo diario (El Universo, 2014). Aunque, es una consecuencia que originaron los españoles con su llegada, desde ese entonces, dentro de un círculo se ubica un palo con muchas cintas amarradas en lo más alto del objeto para que quede al alcance de las manos de los danzantes.
<b>La danza de los abagos</b>	Se lo presenta para las festividades del Corpus Christi o en la antesala del Inti Raymi. Este baile, acorde a (El Universo, 2018), es para recordar todo el maltrato que en el pasado sufrieron los kichwas, quienes bajaron de sus aldeas para bailar y tomar el poder. Consta de trece pasos que van al ritmo de treces tonos musicales que entona el pingullero y se enalzan a los trece meses del año kichwa.
<b>El danzante</b>	Este personaje se lo conoce como el sacerdote de la lluvia que rinde homenaje a la cosecha por medio del baile para agradecer la producción de maíz. En el artículo de (Herrera Díaz & Monge Amores, 2012) se explica que la danza es realizada con los brazos abiertos, en representación del cóndor de los Andes. Este baile se observa en las fiestas del Corpus Christi.

**Fuente:** LA UNESCO (2011) y El Universo (2018)

**Elaborada por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023).

### 2.3.3. Música del folclore ecuatoriano

La música es el canal en el que agrupaciones de danza o artistas pueden expresar sus sentimientos o emociones por movimientos corporales que les permite, incluso, sanar su espíritu y conectar con sus antepasados, según las creencias de cada cultura.

El arte musical ecuatoriano se ha formado gracias a la mezcla de conocimientos e intercambios entre las distintas nacionalidades y pueblos que conforman nuestra nación. A razón de esto, se vuelve perceptible la variedad de géneros que se han adaptado a distintos ritmos están presentes dentro de los bailes folclóricos:

**Tabla 5.**

*Música del folclore ecuatoriano*

<b>Costa</b>	<b>Sierra</b>	<b>Oriente</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• El pasillo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La bomba del chota</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Yawi</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Jota montubia</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• El amorfino</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ayahuasca</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Pasacalle</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La capischca</li></ul>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Marimba</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• El fox andino</li></ul>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Vals criollo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• El alza</li></ul>	

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023).

### 2.4. Redes sociales

En el proyecto de investigación de “Estrategias y usos de las redes sociales en una empresa” realizado por Emilia Alarcón (2017) de la Universidad Politécnica de Cartagena se afirma: “que las redes sociales son una herramienta de alto valor para difundir cualquier contenido de producto, marca o servicio al público”.

La misma investigación (Alarcón de la Torre, 2017) concluyó en que estas plataformas digitales son útiles para poder posicionarse ante un público objetivo siempre y cuando se cuente con la presencia de un *community manager* experto en marketing digital que pueda gestionar la comunidad online y desarrollar estrategias de contenidos.

No obstante, para mencionar el concepto de las redes sociales debemos conocer que esto se da gracias a la aparición de internet en la década de los 70 como red del Departamento

de Defensa de E.E.U.U llamado ARPANET, durante la guerra fría. Su principal objetivo era sobrevivir a los ataques parciales y continuar con su correcto funcionamiento.

Es decir que, en caso de sufrir un ataque ruso, indican (Tesouro Cid & Puiggali Allepuz, 2004), las bases militares estadounidenses puedan resguardar y acceder a la información clasificada, desde cualquier lugar del país.

Desde ese momento el internet abrió paso al nacimiento de varios hechos que mejoraron la comunicación de aquella época como: el primer correo electrónico enviado por Ray Tomlinson, la creación del *World Wide Web* por Tim Berners-Lee, el proyecto Gutenberg que es una biblioteca virtual, la creación de la primera red social denominada SixDegrees en 1997 por Andrew Weinreich que inició como un “directorio electrónico” que conectaba a usuarios con conocidos. Hasta llegar al auge de las nuevas redes sociales que actualmente forma parte de nuestras vidas.

La creación de SixDegrees, nace bajo la teoría de “Los seis grados de separación”, frase utilizada por primera vez por Stanley Milgram en los años 60. Esta hipótesis surge del experimento en que varias personas enviaran un paquete a otras que no conocieran concretamente, con la finalidad de cuantificar las veces en que el envoltorio pasaba de persona en persona.

El estadounidense concluyó en un artículo de la (BBC News Mundo, 2019), que la circulación se dio por seis individuos afirmando que un ser es capaz de generar un contacto con otro en una cadena no mayor a seis miembros. Es decir, el psicólogo sugería que solo existían seis puntos de separación entre las dos personas y el mundo entero.

Así mismo (Alarcón de la Torre, 2017) expresa que dentro del mundo de las redes sociales la brecha de intercambiar contenidos y practicar la comunicación entre usuarios, es grande. Ya que, esta práctica con lleva a que la inmediatez del mensaje tenga un *feedback* y sea bidireccional entre el emisor y el receptor.

Las expertas ( Ellison & Boyd, 2007) explican que los “servicios de redes sociales” (SRS) (entendidos éstos como páginas o servicios web), son comunidades virtuales en las que las personas pueden crear su propio perfil con todo tipo de información personal e interactuar con los perfiles de sus amigos en la vida real, así como conocer a nuevas personas con las que compartan algún interés.

No obstante, el campo comunicacional ha sido transformado dentro de los contextos sociales y culturales por las nuevas formas en que los jóvenes absorben y comparten información al adaptar en su vida cotidiana el constante consumo de los medios sociales digitales. Al ser un cambio bastante palpable dentro de nuestra sociedad moderna, medios de comunicación han optado por evolucionar y ajustarse a las nuevas eras.

Las mismas han marcado un antes y un después en la difusión de contenidos masivos gracias a su rápido alcance e impacto en la actualidad. Desde el más joven estudiante hasta profesionales, empresas, agrupaciones culturales y artísticas, micro y macro emprendimientos las utilizan para conectarse de manera dinámica con su audiencia.

Es innegable no reconocer que hoy en día estos espacios se han arraigado a tal manera que los usuarios ya no son solo receptores de información, sino que además son generadores de contenido.

Lo que llevó a Facebook e Instagram, las aplicaciones más usadas por los ecuatorianos después de WhatsApp (Del Alcazar Ponce, Mentinno, 2021), a lanzar múltiples herramientas con finalidades de crecimiento y segmentación dentro de estos espacios. Dichos implementos nacen con la idea de mejorar la comunicación digital dentro de estas aplicaciones y, por ende, se pueden usar en beneficio de la difusión cultural de agrupaciones de danza folclórica, si son bien gestionadas.

Los comunicadores o community manager que se dedican a la creación de contenidos y manejo de redes sociales, en este caso culturales, pueden crear una conexión de lo informativo con lo artístico para direccionarlo hacia un contenido especializado dentro de una red de modelo generalista convirtiéndose en voceros artísticos, que pueden lograr mejorar el conocimiento cultural de los cibernautas.

Si analizamos y comparamos el nacimiento, con la evolución y cambios que de manera continua han sufrido las redes sociales, para mejorar la comunión y cercanía entre usuarios, podemos llegar a la conclusión de que: la misión y visión de estos espacios es poder conectar a varias personas sin importar su ubicación actual, siempre y cuando compartan las mismas búsquedas temáticas.

#### **2.4.1. Características de las redes sociales**

La peculiar forma de comunicar y de conectar usuario con usuario brinda una potencial herramienta, interactividad en tiempo real. Desde este punto parten características importantes

como las que se propone en el libro: Interactividad y Redes sociales, publicado en España por Antonio Fernández Parada (2014).

- **Bidireccionalidad**

Los cibernautas que hacen uso de las redes sociales son practicantes de la comunicación bidireccional. Debido a que el emisor y receptor intercambian los papeles continuamente llevando a cabo la retroinformación. A través de ella podremos obtener: información relevante, relación directa, humanizar una cuenta e incluso palpar la interactividad comunicativa mediante: visitas, me gustas, comentarios, guardar, reposts, chats, etc.

- **Multimedialidad**

En su mayoría por no decir todas, las plataformas sociales permiten el uso y publicación de múltiples formatos audiovisuales: en vivos, Reels, carruseles, videos, historias e hipervínculos que llevan a otros contenidos. Estas técnicas de multimedialidad permiten escoger o bien adaptar el formato que mejor convenga para el mensaje que queramos transmitir en cualquier medio tecnológico.

- **Hipertextualidad**

Es una pirámide no secuencial que permite crear, enlazar, agregar y compartir información de sitios distintos a las redes sociales, peor apegado al margen digital. Los podemos ver como botones o links al pie de una publicación o descripción, por ejemplo: un enlace ubicado en la biografía de una cuenta en Instagram que direcciona a un chat abierto en WhatsApp.

- **Instantaneidad**

Como ya hemos mencionado anteriormente, la bidireccionalidad es el constante cambio de papeles entre un emisor y un receptor. Pues bien, conjunto y gracias a la comunicación en tiempo real nace la mensajería instantánea. Esto abre paso a que las redes de comunicación no solo puedan cubrir acontecimientos o eventos manteniendo una reciprocidad de parte de su audiencia en tiempo real, si no que sostengan una relación constante.

Para poder comunicarnos o informar contenidos de importancia para la sociedad ya no es necesario publicarlos en un periódico o enviar un mensaje con un cartero y esperar días la respuesta si no que tenemos el poder de hacer tan solo un clic y enviarlo inmediatamente.

- **Universalidad**

Las barreras de comunicación han sido superadas gracias a la conectividad global sin importar la situación geográfica de la persona. Dentro de este mundo que no podemos observar existen grandes sociedades conectadas sin importar clase o raza social. Este tipo de cualidades potencian la calidad y forma de comunicar de manera directa pulverizando las fronteras.

#### **2.4.2. Clasificación de las redes sociales según su público objetivo**

Según (Celaya, 2008) existen tres clasificaciones de redes sociales que se dividen en:

- **Redes profesionales**

Fomentan el “*networking*” de empresas o emprendimientos para generar una red de contactos y así dar a conocer un perfil, sin embargo, aterrizándolo en el área cultural se convierte en una herramienta que impulsa la creatividad de proyectos que contribuyan a su desarrollo y consolidación en el área digital social. Un ejemplo de este tipo de redes es: LinkedIn, Xing, Viade.

- **Redes generalistas**

Aunque en el mundo de las redes sociales las personas se conectan para generar un contacto con otro avatar en las redes generalistas existe un factor diferenciador. Y es que, este tipo de clasificación no se dirige hacia un usuario objetivo porque tiene un ritmo de crecimiento totalmente distinto que se basa en la interacción multidisciplinaria de los usuarios en relación con los tipos de contenidos que consumen e impulsan ellos mismos.

Por ejemplos: Facebook, MySpace, Twitter o Instagram, que pertenecen a este grupo, más que generar un perfil profesional, generan un uso variado. Es decir, dentro de la misma red social se puede chatear, compartir documentos, informarse acerca de temas especiales, promocionar grupos folclóricos, entidades e incluso realizar campañas políticas.

Esta clasificación es una de las más importantes y usadas por las personas porque abarca un sin número de funciones que otras redes no poseen. No obstante, para lograr una consolidación del nicho que se quiera formar es importante contar con estrategias correctas y definir el público objetivo para así poder reconocer las necesidades de nuestra audiencia y generar un tipo contenido apropiado

- **Redes especializadas**

Finalmente, durante la evolución digital en los últimos años, hoy en día, existen redes especializadas donde se comparte contenido focalizado en: deportes, cultura, arte o música para un determinado grupo o comunidad de usuarios que compartan los mismos intereses.

Un ejemplo de ello es Flixster, una red social estadounidense que va dirigida hacia los amantes del cine donde su principal denominador es la recomendación de películas nuevas y por estrenar en la taquilla. Así mismo es la red de Esanum un espacio exclusivo donde se reúnen a los profesionales de la salud donde pueden interactuar entre ellos y acceder a información, foros y plazas de trabajo.

Para finalizar, en la investigación de (Hütt Herrera, 2012) acerca de estas plataformas como herramientas de difusión de información el experto indica que:

(...) las redes sociales han tenido una aceptación enorme, dado que han facilitado una vía extraordinaria para comunicarse de manera pública o privada, sin restricciones o censuras previas, con un costo muy bajo y con la posibilidad de tener una interacción prácticamente garantizada con todos los integrantes del entorno virtual del individuo. (Hütt Herrera, 2012, pág. 125)

## **2.5. Facebook**

Para Raúl López Parra (2010), comunicólogo de la Universidad Nacional autónoma de México, especializado en temas culturales mediáticos y periodismo, Facebook es considerado como la madre de las redes virtuales gracias a que es una extensión de la sociedad joven al cubrir sus necesidades expresivas. Así lo demuestra en su artículo titulado como “Facebook: La reina de las redes sociales” publicado en la Revista Mexicana de Comunicación.

Además, en la investigación de Brígida San Martín García (2018) de la Universidad Técnica de Ambato, indica que esta extensión se convirtió en un canal alternativo, donde la industria cultural no se quedó fuera. Ya que, existen usuarios enfocados en contenidos especializados que intercambian e interactúan con diversos públicos.

La creación de Meta, como actualmente se conoce a Facebook, se da en el año del 2004 por un estudiante de la Universidad de Harvard, Mark Zuckerberg. La plataforma daba acceso a los estudiantes de la misma institución para estar en contacto entre ellos y, además, conocer a nuevas personas. Así mismo, tenía otras funciones como agregar amigos, intercambiar fotos, mensajes, y crear grupos.

El éxito llegó a tal punto que al poco tiempo empezó a expandirse y la plataforma comenzó a habilitarse para otras universidades como Yale, Columbia y Stanford. Pero no fue hasta el 2009 que llegó el bum de Facebook por el botón “me gusta” que lo popularizó y catapultó hasta la actualidad. La investigadora (Medina, 2021) comenta que para entonces ya contaban con más de 350 millones de usuarios.

Actualmente la plataforma azul, que cuenta con 13.5 millones de usuarios en Ecuador, (Del Alcazar Ponce, 2021) comenta que esta plataforma está presente en todos lados: escuelas, colegios, negocios, comunidades étnicas, museos, etc. Lo que lo hace prácticamente compatible con cualquier actividad. Si bien, este espacio no es netamente pedagógico, cabe recalcar que a través de esta se difunden contenidos informativos de índole cultural, artístico, educativo, etc.

Es decir, dentro de nuestro mundo virtual Facebook se ha convertido como la principal herramienta en alfabetización digital, además (Ciuffoli & López, 2010) comenta que esta cuenta con potenciales comunidades que inducen y aportan al aprendizaje a través de las publicaciones de contenidos en línea.

### **2.5.1. Herramientas de Facebook para la cultura**

El sector cultural fue uno de los más golpeados durante la pandemia por los estados de excepción emitidos durante la emergencia de salud, ahondada en el 2020 y 2021, La industria se paralizó y eventos fueron cancelados.

Por ello, Facebook en conjunto con la Federación Estatal de Asociaciones de Empresas de Teatro y Danza (FAETEDA) y la Federación Estatal de Compañías y Empresas de Danza (FECED), sedes radicadas en España, lanzaron la iniciativa de #ApoyandoANuestracultura con la finalidad de apoyar a empresas o agrupaciones que promuevan la cultura y acelerar su reinención a las plataformas digitales.

Para lograr el objetivo dentro del proyecto, en el portal web de (FAEDETA , 2021), encontraremos dos potentes instrumentos que son: Guía gratuita de “Herramientas de Facebook para la cultura” y la herramienta de “Diagnóstico digital” que se usa para medir y evaluar las estrategias digitales que medios o marcas implementen en sus perfiles y así mismo, obtendrán un plan totalmente personalizado acorde a sus objetivos.

A continuación, mencionaremos las herramientas que propone (Facebook, 2018) su apartado *Meta Foresight* y que serían útiles para agrupaciones folclóricas.

- **Eventos grabados**

Diseñados para distintos tipos de contenidos donde tiene la posibilidad de hacer uso de videos grabados con edición y efectos, listos para ser publicados. Esto sube la probabilidad de crecer la visibilidad.



- **Estreno**

Administra los productos grabados para poder transmitirlos en el perfil emisor como un live en directo. Lo más importante de esto es que se puede programar el día y la hora del estreno, y no es necesario que él administrador esté presente.

De manera automática los seguidores recibirán una notificación para que puedan conectarse e interactuar por medio de likes, el compartir y comentar en tiempo real. Al finalizar, el estreno se guardará como un video en la cuenta y aun así podrán seguir con la interacción.

- **Lista de reproducción**

Espacio donde se pueden publicar variedad de videos que manejen un mismo tema o sean similares. Esto ayuda a la organización de contenido y que para el usuario sea más eficaz al momento de la búsqueda. En el concepto cultural, las agrupaciones pueden hacer uso para publicar audiovisuales informativos o entretenidos.

- **Anuncios por secuencia o carruseles**

Este tipo de formato es especial porque permite publicar varias imágenes o videos en un mismo anuncio lo que potencia de manera global la interacción en una sola publicación. En este tipo de publicaciones podemos contar una historia, mostrar un proceso o explicar y promocionar información cultural.

- **Grupos de Facebook**

La función de los grupos de Facebook permite crear una comunidad para el intercambio de ideas y el debate, importantes a la hora de ampliar la visibilidad y aumentar el interés hacia temas específicos conectados con tus eventos.

- **Experiencias en vivo**

La transmisión en vivo es una herramienta totalmente potencial en la que podemos mantener en un solo lugar a muchos usuarios e interactuar en tiempo real con ellos. A diferencia del estreno, en un live en vivo es necesario que el administrador o representante este presente porque será él el encargado de conectar y hablar directamente con los usuarios. Además, en este espacio se puede transmitir eventos, clases, promociones, etc. Donde se genera una experiencia única porque se afianza un lazo entre receptor y emisor.

No obstante, aunque sea una programación en vivo se puede programarla hasta una semana antes. Además, se puede practicar el llamado “transmitir con” que se usa con frecuencia

para realizar entrevistas, presentaciones o debates con algún invitado e incluso se puede unir algún espectador que este dentro de la transmisión.

- **Eventos en internet**

Ideal para planificar un evento y marcarlo como “online” para no especificar ubicación. Esta función permite anticipar con más tiempo, a diferencia de los lives programados. Para lograr que sea eficaz y exitoso es vital la buena planificación.

Ya que se delimitará el tipo de evento entre interactivo o presentación, el público objetivo y el tipo de contenido.

### **2.5.2. Recursos analíticos para administrar contenidos en Meta**

- **Facebook Ads**

Plataforma de anuncios pagados donde se crea e impulsa cualquier clase de campaña publicitaria. Este recurso ayuda a lograr algunos objetivos como: generar tráfico, vender un producto o promocionar tu marca. Sin duda, para sacarle el jugo a esta herramienta debes iniciar crear tu buyer persona. Aunque, en libro de “Marketing en redes sociales 2021” escrito por Michael Branding (Branding, 2021), propone que existen tres niveles en la estructura de una campaña en Facebook ads que son:

- Nivel 1: Campaña. – Se decide el objetivo que perseguirán los anuncios en el cual se le da un nombre de identificación.
- Nivel 2: Grupo de Anuncios. – Se establece el tiempo que permanecerá en redes, el presupuesto y a quienes irá dirigido. Ya que, una misma campaña publicitaria puede agrupar diversos anuncios.
- Nivel 3: Anuncios. – oficialmente se crea el anuncio, el copy y el detalle visual del que estará acompañado.

- **Facebook Messenger y Chatboot**

Sin duda, una parte interesante de los recursos de Facebook es su mensajería interna. El experto (Cruz, 2021) comenta que:

Lo que realmente distingue a Facebook Messenger, seamos sinceros, es el hecho de que está adjuntado a Facebook. Facebook tiene miles de millones de usuarios activos. Es una puerta de entrada a una tremenda visibilidad en línea. (Lanzamiento del marketing de bots de

Facebook Messenger: Cómo aprovechar esta plataforma emergente para hacer crecer su público objetivo, 2021)

Claro está que además del servicio de texto ofrece la posibilidad de poder enviar audios, videos, archivos e incluso hacer videollamadas. No obstante, debemos mencionar que al momento de activar y sincronizar el chatboot, podemos segmentar y anticiparnos a las consultas que las personas busquen hacernos y filtrarlas por puntos importantes con la finalidad de que el usuario tenga respuestas inmediatas de manera automática.

- **Meta Business Suite**

Según el portal web del servicio de ayuda de Meta para empresas, este recurso permite administrar de forma sencilla y comercial cuentas vinculadas a Facebook e Instagram. A esto se suma que desde el inicio de la pantalla se puede apreciar el informe estadístico general de las aplicaciones antes mencionadas. Así mismo, se puede administrar el permiso de contenidos de marca, crear y programar publicaciones futuras desde computadoras y celulares.

## **2.6. Instagram**

Instagram es considerado una marca comercial con el propósito de compartir fotos y contenido audiovisuales a través del uso de dispositivos móviles de manera instantánea. Tal como lo plantea el ejecutivo director y co-fundador de la plataforma en el 2010, Kevin Systrom (2022), quien indica que esta plataforma se convirtió en la sede de la innovación visual. Actualmente es la casa y cuna de músicos, actores, agrupaciones de danza, instituciones y más, para quien quiera generar contenido con pasión creativa.

Dentro de la misma guía que lanzó Facebook (2018) para reavivar el sector cultural encontramos herramientas de Instagram que benefician a quienes prefieran usar esta red. Meta plantea lo siguiente:

- **Transmisiones en directo**

La función permite conectar con la audiencia de manera directa e inmediata durante 60 minutos. Además, de posicionarse entre los primeros del carrusel de las historias que Instagram muestra al abrir la aplicación. Esta función es uno de las más fuertes porque da mayor visibilidad por encima de las stories y avisa automáticamente a los seguidores del directo.

A diferencia de Facebook, el directo no se puede compartir, pero sí que se puede comentar y lanzar corazones en señal de “me gusta”. Las temáticas más usadas son:

preguntas/respuestas, presentación de servicios, directos desde terceros, entrevistas o podcast con seguidores o invitados especiales.

- **Stories**

Herramienta que ayuda a elevar el *engagement* que los posts en ciertos momentos no lo generan por ende es vital para promover eventos, publicaciones recientes, recomendaciones, mostrar el lado humano y que hay detrás de la cuenta por medio de contenidos musicales y audiovisuales. Es una de las funciones, que luego de los lives, más interacciones tiene porque tenemos dentro de ella más herramientas como: sticker, preguntas/respuestas, filtros e hipervínculos.

- **IGTV**

Similar a las *stories*, pero es aplicación de Instagram con finalidad de crear y difundir contenido en vertical con duración de una hora, en cuentas verificadas. Al reproducir videos en pantalla completa podremos dar “me gusta”, comentar o enviar un mensaje en directo.

- **Sección de noticias**

En este espacio se destaca eventos y promociones a través de productos fotográficos o videos desarrollados en VSCO, Canva, Capcut o más. Es importante que para llegar a más personas que no sean seguidores fijos se añada el uso de hashtags o etiquetas de ubicación para que una nueva comunidad pueda detectarnos.

- **Reels**

Herramienta para crear y editar videos similares a TikTok con una duración de 15 segundos. Se basa en las tendencias o challenge y el diseño de contenido según la audiencia. Dentro de esta extensión contamos con filtros, canciones en tendencias y la opción de poner una portada al inicio del video para que vaya acorde al feed de Instagram.

## **2.7. De las tarimas a lo virtual**

Como ya estudiamos la historia y clasificación de la Danza Folclórica Ecuatoriana y la importancia de las redes sociales, que hoy en día nos brindan potenciales herramientas y que se encuentran al alcance de todos, es importante conocer que dentro del contexto de la

pandemia no solo se sufrió una crisis sanitaria a nivel mundial, si no que con ella vinieron serios cambios y transformaciones que chocaron tan fuerte con la sociedad tradicional.

Focalizándonos solo en el sector cultural personas que se dedicaban a las artes escénicas por medio de la danza folclórica sufrieron estragos a tal manera que, ya no contarían con un escenario ni el calor del público debido a los estados de excepción anunciados por el gobierno.

Para entenderlo mejor, los autores (Pozo Calderón y otros, 2021) luego de recopilar información concluyeron en que en el periodo de marzo 2020 a mayo 2021 existieron seis declaratorias en relación con el régimen de excepción.

Es decir, durante todo el año crítico de la pandemia las funciones, teatros, museos, actividades al aire libre y festividades fueron canceladas. Por lo que muchos migraron a las plataformas digitales y realizaron sus eventos desde sus redes sociales.

A manera de ejemplos, en la página de (Fundación BBVA, 2020) mencionan que el IV Festival Internacional de Folklore “Arguedas para el mundo”, que se llevó a cabo el pasado 2020 en el país vecino de Perú y que se presentó en la Escuela Nacional de Folklore José María Arguedas y que participaron agrupaciones de varios países como: Ecuador, Panamá, Costa Rica, México y Argentina. Fue transmitido por Facebook donde se usó la herramienta de transmisiones en vivo.

Cabe destacar que la Escuela Nacional de Folklore (2011) en su red social de Facebook mantiene una comunidad cerca de 65mil personas y su imagen corporativa es limpia. También hace uso de otras herramientas como la lista de producción de videos y el contenido que manejan es informativo y educativo.

De igual manera en el 2021 por las fiestas capitalinas se organizaron varios eventos. Entre ellos: Rockola con Banda, Festival de Pasacalle, Festival de Orquetas, y más. Estos espectáculos fueron transmitidos por las redes sociales de la Secretaría de la Cultura de Quito y retransmitido en las plataformas digitales de Grupo El Comercio.

Durante el pregón quiteño El grupo del Ballet Folklorico Ñucanch hizo presencia en distintos actos.

De manera similar que los otros grupos folclóricos mencionados, también cuentan con perfiles creados en Facebook donde sus números de seguidores asciende a más de 24mil personas y en Instagram a más de tres mil. Esta agrupación en particular mantiene una línea

grafica en cada publicación que realiza. Además, que la calidad de diseño y contenido que suben en ambas plataformas es muy llamativo y entretenido.

Por último, la Universidad Politécnica Salesiana (UPS) en abril del 2021 realizó de manera virtual el Festival Internacional: “Danza Viva” en el contexto del tradicional Viernes Cultural Salesiano de la sede de Cuenca.

Dentro de la presentación que se llevó a cabo, una vez más en Facebook, se contó con la presencia de agrupaciones folclóricas internacionales como: Ballet Folclórico Xalisco de México, Fundación Cultural Folklore de Colombia, Ballet Folclórico Ayawayra de Ecuador, entre otras.

Analizando la imagen corporativa y su nivel de interacción, de la última agrupación mencionada, lo poco que se puede apreciar en Facebook, ya que tienen la cuenta privada, se observa que no mantienen una identidad visual establecida ni elaboran estrategias de contenidos. A diferencia de lo que hacen en Instagram donde si elaboran piezas artísticas y su principal difusión de contenido es entretenido y constante. Por el cual de los 800 seguidores que tienen la interacción es estable.

## **2.8. Periodismo especializado**

Tras la Segunda Guerra Mundial, el periodismo toma un cambio más especialista en el siglo XX. Debido a que se encontraba en medio de una transformación, es decir, la comunicación informativa, pasaba a ser una comunicación explicativa por una tensa competencia que existía entre la radio y la televisión.

Esta evolución sucede porque el círculo social ya no se conformó con saber qué paso. Más bien, solicitaban saber el cómo fue, una explicación, un análisis, una interpretación más profesional y especial.

Pero no fue hasta los años 70 que las facultades europeas comenzaron a incluir en sus mallas educativas el “periodismo especializado” para iniciar la formación de profesionales con mayor conocimiento. A continuación, una tabla del salto del tradicional periodismo al especialista:

**Tabla 6.**

*Salto del periodismo tradicional a lo especializado*

<b>De lo tradicional a lo especializado</b>	
<b>Crisis de papel</b>	Entre los 60-70 la venta de periódicos baja, por lo que editores crean suplementos o secciones más especializadas por mejorar la calidad de sus publicaciones
<b>Pico de competencia entre medios</b>	La prensa fue arrinconada por la radio y la televisión debido a la inmediatez. Y crearon nuevas secciones de interés para audiencias más específicas.
<b>Publicidad más selectiva</b>	Comienza a ser más diversificada y busca medios especializados para segmentar su nicho
<b>Falta de credibilidad: crisis de contenidos</b>	Inicia en Estados Unidos por la corriente crítica que acusó a periodistas de trabajar al servicio de los intereses mercantiles por encima de su imparcialidad.
<b>Desfragmentación de la audiencia</b>	La audiencia ya no era de masas por lo que se dividió y fragmento en sectores de interés. Por ende, comienza las nuevas publicaciones especializadas por cada sector.
<b>Progresiva Tecnificación</b>	Al finalizar la Segunda Guerra Mundial la inteligencia técnica y científica creció aceleradamente. Por lo que la altitud cultural e interés de la sociedad aumento. Este incremento demandaba especialistas que sepan dirigirse y llegar a la nueva era cultural.

**Fuente:** (Ronda Iglesias & Alcaide, 2010).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023).

Ante el incesante incremento de la necesidad que tienen las personas de aprender y saber todo, durante las últimas décadas, más el auge y desarrollo de las tecnologías sociales, el público demanda una información más especializada y detallada de los acontecimientos de su entorno. Por lo que se convierten en seres más selectivos en su consumismo.

Ante este cambio comunicacional, los medios informativos se vieron obligados a plantearse nuevos retos en cómo sistematizar y organizar la información, acorde a la demanda de los receptores.

Para (Delponti Macchione & Pestano Rodríguez, 2012) la especialización surgió, en un principio, de precisar y acercar la ciencia a la sociedad y por este motivo los medios comenzaron a ofrecer información con mayores garantías de credibilidad, fiabilidad y

aportando datos, para una mejor comprensión de las noticias y permitiendo así que el público pueda efectuar un análisis más claro y crítico de los acontecimientos relatados, sin perder la visión de conjunto.

La cita anterior explica que el periodismo especializado es la nueva perspectiva práctica del profesional que no se limita en el manejo de la nota periodística, sin dejar por fuera la praxis del lenguaje claro, sencillo y conciso del tradicional periodismo. Esto es para ofrecer mayor credibilidad y comprensión al público objetivo y que éste pueda ser más analítico y crítico, de las tendencias de su era. Y para lograr aquello, (Delponti Macchione & Pestano Rodríguez, 2012) expresan que también existen subespecializaciones del periodismo especializado, que se dividen por contenidos, géneros, medios de comunicación y público.

Los mismos autores, (Delponti Macchione & Pestano Rodríguez, 2012) citan a Tuñón para especificar los objetivos que tiene el periodismo especializado, que son:

- Ampliar el concepto de actualidad por medio del uso de hechos, ideas o conjuntos de servicios sociales.
- Ser canal de mediación entre las ciencias del saber y sus audiencias.
- Profundizar en las aclaraciones de eventos actuales que las alteraciones políticas, sociales y culturales exigen.
- Incrementar la credibilidad de los periodistas y medios informativos.
- Mejorar la calidad de la información significativa social, colectiva e individual.
- Promocionar la utilidad periodística para ampliar el interés el conocimiento de la sociedad.
- Ampliar y liberar la cultura.

Esto contextualiza en que el cazador o recolector de noticias, salgo de la zona de confort de las 5w y comience a manejar la información dentro de un contexto o marco teórico e histórico, que impulse de forma directa o indirecta la actuación de esta.

Esa pequeña diferencia, es lo que convierte a la profesión en una especialización, porque supone de un valor agregado a la pirámide invertida y a las famosas 5W, en los términos de investigación, análisis e interpretación. Así lo plantea el periodista Philip Meyer, citado en el estudio de (Barrera Aldave, 2015).

### **2.8.1. Periodismo cultural**



El concepto de periodismo, definido por (Martínez, 2018) , alega que esta profesión se basa en la forma en cómo se obtiene, ordena, resume, y publica la información acorde al interés y entorno actual en el que se encuentre la sociedad; respecto a sucesos del pasado o presente.

Por lo que, a causa de la demanda de información, como lo mencionamos anteriormente, las especialidades periodísticas surgen, ya que la información en una plataforma o medio digital y tradicional debe de llevar un proceso y un orden. Esta cualidad de la información abre el paso al nacimiento del periodismo deportivo, social, político, ecológico, cultural etc. A fin de abarcar y segmentar el consumismo de información de los televidentes.

Por otro lado, es importante conocer que:

La cultura es todo lo que constituye nuestro ser y configura nuestra identidad. Hacer de la cultura un elemento central de las políticas de desarrollo es el único medio de garantizar que éste se centre en el ser humano y sea inclusivo y equitativo. (Hosagrahar, 2017)

Sin embargo, para (Zambrano Morales & Villalobos Finol, 2010) el periodismo cultural ha sufrido una transformación en su lenguaje, simbología y público, con el pasar del tiempo. Es decir, esta metamorfosis se efectúa bajo los nuevos métodos de producción, distribución y consumo de información.

A tal manera que el periodista cultural debe poner en praxis el concepto de cultura que maneja la UNESCO para que las artes y expresiones culturales que manifiestan los pueblo o comunidades de los países, por medio de sus ritos, costumbres, bailes o manifestaciones culturales de cualquier índole, se mantengan dentro del contexto histórico de cada generación que pase.

Esto conlleva a analizar las características actuales en las que se encuentra el periodismo cultural y sus principales barreras de difusión. Para ello tomamos tres aportes teóricos de (Zambrano Morales & Villalobos, 2010) citados en (Barrera Aldave, 2015) donde se explica que:

El periodismo cultural es una especialización de carácter informativo cuyo eje principal es transmitir todo aquel acontecimiento sobre la creación, la gestión, el consumo artístico-cultural.

- El periodismo cultural actual se segmenta en dos partes: Las secciones culturales que están destinadas para las bellas artes y la sección de farándula, destinada a la cultura masiva.

- El periodismo cultural presente en los suplementos se diferencia de otras especializaciones por ser el que más se centra en formar y educar, por lo que debe poseer cierto espíritu crítico, hacer comentarios interpretativos y esclarecedores, tener seriedad y ponderación de los valores analizados, además de un diseño atractivo y diferenciador de una publicación diaria

Ciertamente, dentro de las especializaciones, el periodismo cultural sería una de las ramas más extensas del mundo informativo porque estudia, interpreta y transmite lo que una sociedad antigua realizó. Pero al igual que otras particularidades periodísticas, la información cultural también dispone de un target que se divide en dos partes:

1. El público más popular interesado en conocer la situación actual cultural del pasado más conocido y comercial
2. El público selecto, más ilustrado enmarcado al sector estudiantil

Por esta razón se podría decir que el periodismo cultural marca un antes y un después social en el individuo por medio de la forma en que construye, organiza y jerarquiza la información que será noticia cultural. (Delponti Macchione & Pestano Rodríguez, 2012)

### **2.8.2. Modelos de información de periodismo cultural**

Con el pasar de los años el periodismo cultural ha adoptado varias líneas que le permiten el desarrollo de una historia, convertirla en una nota periodística. Por ello, en la siguiente tabla, se explica cada uno de ellos:

**Tabla 7.**

*Modelos de información de periodismo cultural*

<b>Tipos</b>	<b>Características</b>
<b>Agenda</b>	Elemento que informa sobre acontecimientos de importancia y da a conocer fechas de eventos culturales que se llevarán a cabo próximamente. La encontramos en las secciones culturales de los periódicos o en los sitios web directos.

<b>Noticia cultural</b>	Suceso que causa reacciones en las personas que se encuentren dentro del mismo interés colectivo. La información se debe desarrollar dentro del contexto cultural.
<b>Crítica</b>	La crítica en el campo periodístico informa, explica, valora y orienta al lector. Debido a que maneja contenido de expresión artística. Es decir, existe la crítica de libros, teatral, cine y televisión.
<b>Entrevista</b>	Para llevar a cabo una entrevista de tema cultural el periodista debe poseer conocimiento, no solo del tema, si no de obras y personajes literarios o artísticos
<b>Crónica</b>	Al ser de un estilo directo e inmediato, es útil para realizar el perfil artístico de un personaje o pueblo. Incluso, la caracterización de obras o eventos artísticos culturales.
<b>Columna</b>	Al ser definida como un género de opinión y análisis, el periodista tiene la posibilidad de escribir su opinión ante un contexto que englobe el campo o suceso cultural

**Fuente:** (Delgado Farroñay, 2019).

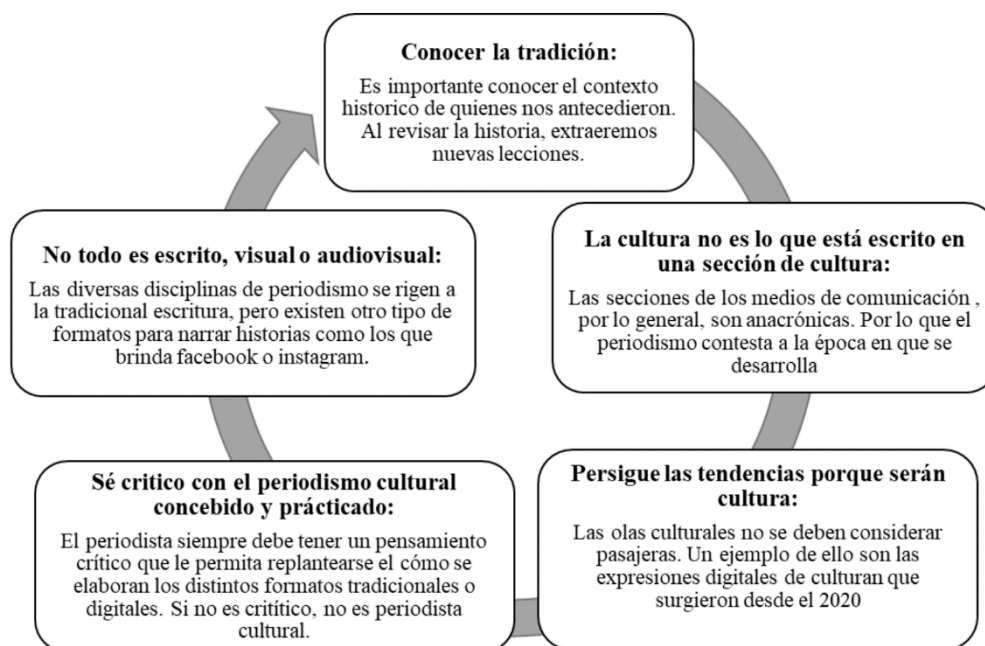
**Elaborada por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023).

### **2.8.3. Claves para ejercer un buen periodismo cultural**

Durante el Gran Foro de Artes, Cultura, Creatividad y Tecnología, que desarrollo vía online la Fundación Gabo en noviembre del 2020, el cronista y crítico cultural en español del New York Times, Jorge Carrión, expuso diversas claves para periodistas y estudiantes de periodismo que busquen crear y difundir el periodismo cultural. A continuación, detallamos las más importantes:

**Figura 3.**

*Consejos para un buen periodismo cultural*



**Fuente:** (Fundación Gabo, 2020).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023).

## 2.9. Marco legal

El proyecto de investigación se encuentra solidificado en los cuerpos y artículos legales de la Constitución de la República del Ecuador. Lev Orgánica de Comunicación v Lev Orgánica

**Tabla 8.**

*Artículos de la Constitución de la República del Ecuador*

<b>Constitución de la República del Ecuador</b>	
<b>Artículo</b>	<b>Especificación</b>
<p><b>Art. 16.-</b> Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.</li><li>2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.</li><li>3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.</li><li>4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.</li></ol>	<p>Utilizar este dará mayor sustentación y soporte a la importancia de la comunicación en redes sociales. Cada una de las especificaciones de este punto permite que cualquier medio divulgue contenidos informativos; destaca también a las redes sociales son un foco de difusión, en el que se usa distintos formatos, para promover la inclusión social de lenguas comunales y personas con discapacidad</p>
<p><b>Art. 19.-</b> La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.</p>	<p>La aplicación de este punto señala que todo contenido con fines informativos, culturales y educativos son permitidos. En pocas palabras, no estarán propensos a censuras; lo que beneficia a los individuos que buscan</p>

---

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos

---

**Art. 21.-** Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

Presenta un gran aporte a la construcción de contenidos informativos que exponen la identidad cultural del emisor. De la misma forma permite realizar publicaciones con sentidos de educación cultural. Por lo que, dentro de nuestra investigación es de importancia por la información cultural que divulgan los objetos de estudio ya designados.

---

**Art. 22.-** Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

Este artículo promueve el desarrollo de expresiones artísticas en las diferentes manifestaciones culturales que hay en el país. Esto es importante para las agrupaciones que fomentan el arte folklórico en redes sociales, ya que en el caso de que esta ley no existiera los objetos de estudios no podrían difundir bailes con sentido cultural, a través de plataformas digitales

---

**Fuente:** (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alonso (2023).

**Tabla 9.**

*Artículos de la Ley Orgánica de Comunicación*

<b>Ley Orgánica de Comunicación</b>	
<b>Artículo</b>	<b>Especificación</b>
<p><b>Art. 35.-</b> Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación.</p> <p>Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo.</p>	<p>Aporta a los individuos la libertad de usar la tecnología a su conveniencia, en este caso permite que el sector cultural y artístico utilicen herramientas tecnológicas para difundir contenidos culturales. Emitir información de este tipo aporta a la preservación de las costumbres que el objeto de estudio pretender mantener a lo largo de las generaciones</p>
<p><b>Art. 36.-</b> Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional.</p> <p>Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes.</p>	<p>El siguiente apartado otorga a los pueblos y nacionalidades ecuatorianas el derecho y libertad de difundir sus expresiones culturales, artísticas y sociales.</p>

**Fuente:** (Asamblea Nacional del Ecuador, 2013).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alonso (2023).

**Tabla 10.**

*Artículos de la Ley Orgánica de Cultura*

<b>Ley Orgánica de Cultura</b>	
<b>Artículo</b>	<b>Especificación</b>
Art. 2.- Del ámbito. La presente Ley es aplicable a todas las actividades vinculadas al acceso, fomento, producción, circulación y promoción de la creatividad, las artes, la innovación, la memoria social y el patrimonio cultural, así como a todas las entidades, organismos e instituciones públicas y privadas que integran el Sistema Nacional de Cultura; a las personas, comunidades, comunas, pueblos y nacionalidades, colectivos y organizaciones culturales que forman parte del Estado plurinacional e intercultural ecuatoriano.	Este artículo asegura que, ley Orgánica de cultura es aplicable para todas las comunidades, pueblos, nacionalidades y toda su cultura y creatividad, así mismo está dirigida para las entidades públicas y privadas.
Art. 3.- De los fines. Son fines de la presente Ley: c) Reconocer el trabajo de quienes participan en los procesos de creación artística y de producción y gestión cultural y patrimonial, como una actividad profesional generadora de valor agregado y que contribuye a la construcción de la identidad nacional en la diversidad de las identidades que la constituyen.	El literal C de este artículo indica que, será reconocido dentro del ámbito laboral la participación artística, gestión cultural y patrimonial; de igual manera identifica estas actividades como promotoras de la identidad ecuatoriana.
Art. 5.- Derechos culturales. Son derechos culturales, los siguientes:	Permite el goce de recursos tecnológicos que aporta a la cultura el uso de herramientas. Así mismo, atribuye a los



---

i) Entorno digital. Como un bien público global y abierto, la red digital es un entorno para la innovación sostenible y la creatividad, y un recurso estratégico para el desarrollo de prácticas, usos, interpretaciones, relaciones y desarrollo de medios de producción, así como de herramientas educativas y formativas, vinculadas a los procesos de creación artística y producción cultural y creativa. Se reconoce el principio de neutralidad de la red como base para el acceso universal, asequible, irrestricto e igualitario a internet y a los contenidos que por ella circulan.

---

Art. 7.- De los deberes y responsabilidades culturales.

Todas las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tienen los siguientes deberes y responsabilidades culturales:

A) Participar en la protección del patrimonio cultural y la memoria social y, en la construcción de una cultura solidaria y creativa, libre de violencia (...).

derechos culturales la potestad de utilizar recursos digitales, para difundir contenidos educativos o informativos a un público internacional. Proveyendo un desarrollo a los productos elaborados a partir de las manifestaciones del país

Asigna la obligación y el derecho a la conservación cultural por parte de los pueblos y nacionalidades del Ecuador, haciéndolos partícipes del proceso de construcción y revaloración de estas manifestaciones, enfocada en la preservación patrimonial

---

Art. 106.- De los ámbitos de Fomento de las Artes, la Cultura y la Innovación. Se considerarán como ámbitos de fomento los siguientes:

i) Producción y gestión cultural independiente;

j) Investigación, promoción y difusión de la memoria social y el patrimonio (...).

Delimita, según el criterio de la ley orgánica de comunicación, la promoción de las artes y culturas del país de manera independiente y a través de canales de difusión social y patrimonial. Con el objetivo de mantener viva la identidad cultural.

---

Art. 108.- De la Innovación en Cultura.

Se reconoce al proceso de innovación en cultura como un factor generador de valor agregado, de índole simbólico o económico, a partir de la introducción del componente cultural como un elemento diferenciador en los procesos de creación. La innovación en cultura está orientada a generar impactos sociales, económicos, artísticos y culturales que fomenten el Buen Vivir.

Los procesos de innovación cultural se revalorizan con el fin de promocionar y difundir estas artes. Y a su vez fomentar la rememoración artística cultural y social, así como la existencia de esta

---

**Fuente:** (Asamblea Nacional del Ecuador, 2016).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alonso (2023).

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. Enfoque de la investigación**

El presente proyecto se da en un enfoque mixto, que posibilitará observar y analizar el tema de estudio, abordando métodos sistemáticos, empíricos y críticos correspondientes a una investigación, que requiere un compendio de información cualitativa y cuantitativa.

Lo que facilitará la obtención de resultados en cuestión al tratamiento de difusión e interacción folclórica en redes sociales de las agrupaciones: Centro Cultural Tradi Arte y Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo, en los meses de agosto del 2022 a enero 2023.

#### **3.2. Alcance de la investigación**

El alcance es de carácter descriptivo con la finalidad de recopilar información e interpretar, caracterizar y analizar el hecho de la falta de viralización o consumismo de contenido cultural en las redes sociales de los grupos de danzas folclóricas ecuatorianas.

#### **3.3. Técnica e instrumentos para obtener los datos**

Las técnicas e instrumentos por utilizar dentro de esta investigación permitirán la correcta recolección de datos de suma importancia que sustentarán los objetivos de estudio y pasarán por tratamientos de observación y análisis con el fin de brindar resultados verídicos que enriquezcan a la investigación en curso. Para ello, se empleó los siguientes recursos:

##### **Entrevista**

Método de gran utilidad dentro de un proyecto investigativo cualitativo que se define por medio de una conversación interpersonal entre un entrevistador y entrevistado, para poder recabar y conocer opiniones de expertos sobre un determinado tema.

De igual forma (Díaz Bravo y otros, 2013) consideran que es una herramienta técnica que toma forma de un diálogo coloquial a causa de las respuestas verbales que se obtiene por las interrogantes planteadas.

La entrevista tiene la característica de recabar y recaudar información en la forma más precisa posible por lo que se debe ser un intérprete de las respuestas para mantener el hilo del tema durante la efectuación de esta.

### **Guion de entrevista**

Este mecanismo se aplicará para adquirir información de carácter cualitativo, por el que se preparará un cuestionario de preguntas abiertas dirigido a profesionales en:

- Periodismo cultural
- Producción y creación digital en redes sociales
- Presentación de programas con formatos culturales
- Investigación folclorista
- Antropología de danzas tradicionales
- Docencia de danza folclórica

### **Análisis de contenido web**

Esta herramienta se considera de gran utilidad, debido a que nuestro tema hace un enfoque a las redes sociales, por el que es necesario conocer el estado comunicacional de los repost de los casos de estudio. La observación que se realizará será presentada en una ficha de observación donde se desglosará los tipos y calidad de contenidos, con su respectivo alcance.

**Tabla 11.***Técnicas de recopilación de información con expertos*

		<b>Entrevistado</b>	<b>Profesión</b>
<b>Técnica</b>	Entrevista a expertos	Eduardo Varas Carvajal	Periodista cultural
		Jorge Andrés Vallejo	Productor de redes del programa televisivo “Te veo Ecuador” transmitido por Teleamazonas
		Dayana Monroy	Periodista y presentadora del programa: “Te veo Ecuador” transmitido por Teleamazonas
<b>Instrumento</b>	Cuestionario con preguntas abiertas	Wilman Ordoñez Iturralde	Investigador histórico, escritor y folklorista. Director de la Compañía de Danzas Costeñas RETROVADOR
		Luis Páez	Antropólogo de danzas tradicionales y profesor de etnocoelografía en la Universidad de las Artes
		Fernando Rodríguez	Profesor de danza folclórica en la Casa de la Cultura del Núcleo del Guayas

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alonso (2023).

**Tabla 12.***Técnica para recopilar información de las agrupaciones bajo estudio*

<b>Técnica</b>	Entrevista a directivos e integrantes de los grupos artísticos como objeto de estudio	<b>Entrevistado</b> Diego Gómez Marco Herrera	<b>Profesión</b> Vicepresidente del Centro Cultural Tradi Arte Bailarín de planta en el Centro Cultural Tradi Arte
		Joel Negrete	Director de Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo
<b>Instrumento</b>	Cuestionario con preguntas abiertas	Fernanda Negrete	Fundadora de Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alonso (2023).**Tabla 13.***Técnica para recopilar información digital*

<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Grupo de estudio</b>
Análisis de contenido web	Redes sociales	Centro Cultural Tradi Arte (Puyo)
Análisis de contenido web	Redes Sociales	Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo (Riobamba)

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alonso (2023).

### **3.4. Análisis de contenido web**

El objetivo de implementar esta técnica es poder conocer y cuantificar el cómo se desarrollan los grupos bajo estudio en las plataformas sociales digitales. En el que se revelará numéricamente la repercusión que recibe cada publicación, el comportamiento de los usuarios y las publicaciones con mayor alcance en un determinado tiempo.

A continuación, se someterá a esta técnica los grupos bajo estudio: Centro Cultural Tradi Arte y Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo, que permitirá identificar y examinar, a través de una ficha de observación, el manejo comunicacional y análisis de contenido en Facebook e Instagram, la influencia e interacción que tienen ambas agrupaciones artísticas en el mundo de las redes sociales y la actuación de sus seguidores por medio de las interacciones.

### **3.5. Población y muestra**

La población de estudio del presente proyecto de investigación data de seis expertos y directivos del Centro Cultural Tradi Arte y Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo, quienes brindarán su opinión, en base a su conocimiento profesional, con respecto al tema de estudio.

Al realizar seis entrevistas, se consideró que la muestra no es probabilística e intencionada en el campo de estudio, lo que quiere decir que, la muestra fue seleccionada a criterio de las investigadoras. A causa de ello, se realizó un monitoreo a las publicaciones que realizaron las agrupaciones bajo indagación, en Facebook e Instagram.

#### **3.5.1. Observación del manejo comunicacional del Centro Cultural Tradi Arte**

**Tabla 14.***Ficha de observación del manejo comunicacional del Centro Cultural Tradi Arte*

<b>Instrumento de comunicación</b>	<b>Fecha de creación</b>	<b>Tipo de información que se difunde (reportajes, escritos, videos, audiovisuales etc.)</b>	<b>Alcance promedio mensual</b>
<b>Facebook</b>	El Centro Cultural Tradi Arte creó su página en Facebook el 2 de febrero del 2011, pero no fue hasta septiembre del 2016 que registraron publicaciones y cuentan con 7.6mil seguidores y una calificación en estrellas de 4.6	Fotografías de sus presentaciones, reportajes en contexto histórico del significado de la temática de la danza que presenten en el momento, vídeos cortos de publicidad de 1 minuto, flyer publicitarios de eventos y reels. De igual manera, hacen uso de herramientas como *en vivos* para transmitir sus ensayos o presentaciones en tiempo real. Desde la creación de su cuenta en Facebook, han transmitido 20 veces y también hacen uso de la herramienta de vídeos donde publican audiovisuales de mayor duración; desde su creación hasta la fecha se han publicado 55 vídeos	Tienen un alcance de 2.8 mil personas y 8.9 mil impresiones
<b>Instagram</b>	Al igual que en Facebook, la agrupación se unió a Instagram en septiembre del 2016	En esta red social se aprecia que hacen un poco de reciclaje de contenido, ya que se observa en algunas publicaciones que las fotografías publicadas son las mismas que en meta. Sin embargo, hacen uso de la herramienta de reels y desde su creación hasta la fecha han publicado 16 formatos 11:16.	No disponen de métricas porque no manejan una cuenta profesional



---

En los Highlight Instagram tienen tres ventanas: en la primera tienen 8 historias, en la segunda y tercera solo una. Dentro de esta sección hacen publicidad a sus eventos y viajes como agrupación.

En el feed, las piezas gráficas transmiten la labor de sus danzas, sus ensayos, sus presentaciones e incluso las festividades representativas de su actividad. De manera global cuentan con 189 publicaciones y 1081 seguidores.

---

**Fuente:** Gómez, D (2023)

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alonso (2023).

### 3.5.1.1. Análisis del contenido de la página de Facebook de Tradi Arte

- Análisis #1:

#### Figura 4.

*Primer análisis del contenido de la página de Facebook del Centro Cultural Tradi Arte.*



**Fuente:** (Tradi Arte, 2022)

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alonso (2023).

#### Tabla 15.

*Primer análisis del contenido de la página de Facebook del Centro Cultural Tradi Arte.*

<b>Fecha de publicación:</b> 30/08/2022	<b>Red social:</b> Facebook
<b>Análisis</b>	
En esta publicación se observan fotografías de los bailarines folclóricos que realizaron una presentación artística en el que exalta los bailes típicos de ancestros indígenas y amazónicos. En las imágenes las mujeres visten una blusa blanca bordada a mano, una falda plisada de colores fuertes como el naranja y el verde, que hacen un contraste de significados como: naturaleza viva o muerta, advertencia o esperanza, parar o avanzar, y más. También se cubren sus cabezas con sombrero de paño y sus pies con alpargatas. Por otro lado, los hombres utilizan camisa blanca, chaleco, zamarro y alpargatas. Cada uno de estos trajes y	

---

accesorios tienen un significado muy importante en la cultura, ya que son elaborados por los artesanos ecuatorianos. Estos recursos permiten mostrar a la audiencia las costumbres y tradiciones del país.

Esté cuadro fue realizado para el 5to Concurso Nacional de Danzas Folclóricas Latinoamericanas Palora 2022, en el que ganaron el primer lugar.

La reacción que este contenido obtuvo es: 47 me encanta, 46 me gusta, 2 me divierte, 6 comentarios y 26 compartidos

---

**Dato importante:** Para la publicación de este contenido no se empleó el uso de hashtags que permitan obtener un mayor número de interacciones y visualizaciones.

---

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

- **Análisis #2**

**Figura 5.**

*Segundo análisis del contenido de la página de Facebook del Centro Cultural Tradi Arte.*



**Fuente:** (Tradi Arte, 2022).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

## Tabla 16.

*Segundo análisis del contenido de la página de Facebook del Centro Cultural Tradi Arte.*

<b>Fecha de publicación: 09/09/2022</b>	<b>Red social: Facebook</b>
<b>Análisis</b>	
En este post se aprecia un producto audiovisual en el que se recopilaron varias presentaciones que la agrupación realizó. Esto resalta su versatilidad como grupo folclórico gracias a la implementación de varios géneros y temáticas en sus bailes.	
El contenido que presenta la agrupación toma fuerza al contar una descripción que tiene un llamado a la acción, tal como lo son las palabras “ven y forma parte”. Esas 4 palabras dan vida e inclusión a la publicación, ya que no limita por edad, más bien las segmenta. Sin dejar por fuera a niños, adolescentes o adultos.	
La interacción cuenta con: 118 me gusta, 40 me encanta, 1 “me importa”, 48 compartidos y 10 mil visualizaciones.	
<b>Dato importante:</b> Para la publicación de este contenido no se empleó el uso de hashtag, pero si un enlace directo de WhatsApp	
<b>Elaborado por:</b> Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)	

- **Análisis #3**

## Figura 6.

*Tercer análisis del contenido de la página de Facebook del Centro Cultural Tradi Arte.*



**Fuente:** (Tradi Arte, 2022).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

**Tabla 17.**

*Tercer análisis del contenido de la página de Facebook del Centro Cultural Tradi Arte.*

**Fecha de publicación:** 03/10/2022

**Red social:** Facebook

**Análisis**

En este post, de carácter publicitario e informativo, comunica a su nicho de seguidores que la agrupación, Tradi Arte, participará dentro del IV Festival Internacional "Costumbres, tradición y cultura" el 18 de octubre del 2022.

Además, por medio de la pieza gráfica, que está constituida por imágenes de mujeres y hombres con trajes folclóricos representando a la agrupación antes mencionada y al Instituto Cultural de Loja, y al grupo WAHUQUI KUNA, hace un énfasis central en que países vecinos como Perú, Bolivia y México, grandes expositores del arte folclórico, también se encontrarán dentro de dicho evento.

Las interacciones de esta publicación marcaron lo siguiente: 51 me gusta, 34 me encanta, 4 me importa. Los comentarios registrados en esta difusión son 7 y compartidos 31.

**Dato importante:** Para la publicación de este contenido no se empleó el uso de hashtag.

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

- **Análisis #4**

**Figura 7.**

*Cuarto análisis del contenido de la página de Facebook del Centro Cultural Tradi Arte.*



**Fuente:** (Tradi Arte, 2023).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

**Tabla 18.**

*Cuarto análisis del contenido de la página de Facebook del Centro Cultural Tradi Arte.*

---

<b>Fecha de publicación: 19/10/2022</b>	<b>Red social: Facebook</b>
---	-----------------------------

---

**Análisis**

---

Como en el anterior análisis mencionamos que la agrupación se presentaría dentro del IV Festival Internacional Costumbre, Tradición y Cultura - Loja 2022, representando a Pastaza, en éste estudiaremos los resultados de dicho acto, por medio de las fotografías publicadas en la cuenta del Centro Cultural Tradi Arte

En el que se observa que su intervención artística se manejó dentro el contexto de la vida cotidiana amazónica, tal como la recolección de los alimentos y la caza.

La vestimenta de las mujeres se basó en faldas negras y blusas con diseños de flores bordadas que representan su entorno natural y el rol de la mujer en el oriente. Como adornos utilizaron cintas alrededor de su frente y una canastilla sostenida entre sus manos, mientras que sus pies iban descalzos.

A diferencia de los hombres, quienes no usaron camisas, pero sí bermudas hasta la rodilla y accesorios de plumas de aves color negro en sus brazos, un pañuelo amarillo entorno a su cuello y una pluma alta color rojo en la frente de sus cabezas. Podríamos asemejar que este traje caracteriza a las aves representativa de la Amazonía como: carpinterio penachiamarillo, carpintero crestirrojo o cacique lomiamarillo, aves con colores en su plumaje similares al del traje masculino.

Las interacciones de esta publicación marcaron son las siguientes: 39 me gusta, 44 me encanta, 3 comentarios y 18 veces compartido.

---

**Dato importante:** Para la publicación de este contenido no se empleó el uso de hashtag.

---

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

- **Análisis #5**

**Figura 8.**

*Quinto análisis del contenido de la página de Facebook del Centro Cultural Tradi Arte.*



**Fuente:** (Tradi Arte, 2022)

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

**Tabla 19.**

<b>Fecha de publicación: 06/11/2022</b>	<b>Red social: Facebook</b>
<b>Análisis</b>	
<p>Por medio de una transmisión en vivo, la agrupación folclórica, resalto la obra "Al Son de los Difuntos" con la temática de la película “Coco” en honor a la tradición mexicana por el día de los difuntos que se celebra el 1 y 2 de noviembre. La misma festividad también se festeja a nivel ecuatoriano, pero nació entre las celebraciones católicas como en las costumbres de los indígenas mexicanos. El evento se llevó a cabo dentro de la elección a la nueva reina de la provincia de Pastaza.</p> <p>La presentación tiene un estilo de teatro musical y el maquillaje de los bailarines representa a “La Catrina” mexicana. Aquí se pusieron en escena bailes contemporáneos, modernos y folklóricos, los cuales contaron la historia de la trama de película antes mencionada. Así mismo se utilizaron trajes muy vistosos, pero a la vez acordes a la escena que buscaron representar. Sin embargo, la difusión de este contenido no aporta a la enseñanza cultural de los ecuatorianos.</p>	

---

Las reacciones que este contenido pudo receptor son las siguientes: 13 me gusta, 29 me encanta, 943 visualizaciones y ningún tiene comentarios.

---

**Dato importante:** Para la publicación de este contenido no se empleó el uso de hashtag

---

*Quinto análisis del contenido de la página de Facebook del Centro Cultural Tradi Arte.*

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

- **Análisis #6**

### **Figura 9.**

*Sexto análisis del contenido de la página de Facebook del Centro Cultural Tradi Arte.*



**Fuente:** (Tradi Arte, 2022)

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

### **Tabla 20.**

*Sexto análisis del contenido de la página de Facebook del Centro Cultural Tradi Arte.*

---

**Fecha de publicación:** 26/12/2022

**Red social:** Facebook

---

#### **Análisis**

---

Este post utiliza el formato audiovisual para realizar una recopilación de la primera exhibición trimestral llamada “Una navidad en Tradi Arte”. En el que difunde que la época navideña puede disfrutarse acompañada de la danza. Cada extracto de la presentación

---



muestra a los integrantes en una faceta distinta, ya que, realizan bailes de diferentes géneros como: Bomba, salsa y contemporáneo.

Este espectáculo busca demostrar el avance que tienen los estudiantes de esta agrupación conforme a lo aprendido durante su estadía en el centro cultural.

En cuanto a la descripción se aprecia que está recargada de un texto corrido de agradecimientos y el detalle del elenco de profesores.

Esta publicación cuenta con: 30 me gusta, 29 me encanta, 1 me importa, 4 comentarios y 1.2 mil visualizaciones.

**Dato importante:** Para la publicación de este contenido no se empleó el uso de hashtags que permitan que el contenido obtenga un mayor número de interacciones.

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

### 3.5.1.2. Análisis del contenido de la cuenta de Instagram de Tradi Arte

- Análisis #1

**Figura 10.**

*Primer análisis del contenido de la cuenta de Instagram del Centro Cultural Tradi Arte.*

The image shows an Instagram post from the account 'tradiarte\_ec'. The main content is a flyer for 'Cursos permanentes de Tradi Arte' starting on September 19th. The flyer lists three dance styles: Baile Moderno, Folklore, and Contemporáneo. Below the flyer is a table with the following data:

GRUPOS	EDAD	DIAS	HORA
Infantil	4-7 años	Lunes - Miércoles - Viernes	15h00 - 16h00
Intermedio	8-12 años	Lunes - Miércoles - Viernes	16h00 - 17h00
Juvenil	13-20 años	Lunes - Miércoles - Viernes	17h00 - 18h00
BAILA CONTEMPORÁNEO	Intermedio	8-12 años	Martes - Jueves - Sábado
	Juvenil	13-20 años	Martes - Jueves - Sábado
	Elite	13-30 años	Lunes - Miércoles - Viernes
25 y un piquito	25 en adelante	Martes - Jueves	19h00 - 22h00
			20h00 - 22h00

The Instagram post also shows the profile name 'tradiarte\_ec', a bio snippet, and engagement metrics: 37 Me gusta, 29 Me encanta, 1 Me importa, and 4 comentarios. The post is dated September 8, 2022.

**Fuente:** (Centro Cultural Tradi Arte , 2022)

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

## Tabla 21.

*Primer análisis del contenido de la cuenta de Instagram del Centro Cultural Tradi Arte*

<b>Fecha de publicación: 08/09/2022</b>	<b>Red social: Instagram</b>
<b>Análisis</b>	
<p>La siguiente pieza gráfica cuenta con una composición de colores llamativos como el celeste, blanco y amarillo, mismos que significan tranquilidad, generosidad, riqueza y fuerza.</p> <p>Esta publicación, más que hablar de folklor, habla únicamente de los cursos vacacionales que el Centro Cultural de Tradi Arte ofrece. Al ser un post de publicidad cuenta con toda la información necesaria como: horarios, fechas, edades, y las características de los grupos. También se observan fotografías de las bailarinas con los diferentes ritmos que aprenderán dentro de la escuela.</p> <p>Dentro de la descripción no se sitúan datos más relevantes, ya que la mayor parte de información se encuentra en la pieza ilustrativa.</p> <p>Las reacciones de esta publicación son: 37 me gusta y ningún comentario.</p>	
<b>Dato importante:</b> En esta publicación no se utilizan hashtags.	
<b>Elaborado por:</b> Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)	

- **Análisis #2**

### Figura 11.

*Segundo análisis del contenido de la cuenta de Instagram del Centro Cultural Tradi Arte.*



**Fuente:** (Centro Cultural Tradi Arte, 2022).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alonso (2023).

## Tabla 22.

*Segundo análisis del contenido de la cuenta de Instagram del Centro Cultural Tradi Arte.*

<b>Fecha de publicación:</b> 23/09/2022	<b>Red social:</b> Instagram
<b>Análisis</b>	
<p>En este producto audiovisual se muestra la participación del grupo folclórico en una comparsa realizada por los 416 años de San Miguel de Ibarra.</p> <p>Los colores que resaltan entre las mujeres es el negro, rojo y dorado, distribuidos entre un vestido, una franela larga como cinturón y accesorios decorativos en su cabeza y muñecas.</p> <p>Los hombres visten un pantalón y camisa de color negro, una capa y una cinta en la cabeza.</p> <p>Además, poseen una lanza, elemento muy característico de la Amazonia para la caza. Los vestuarios empleados son una alusión a la vestimenta de los incas.</p> <p>En la descripción solo se menciona el motivo de la actividad ejecutada, pero no revela ningún dato adicional de gran importancia para el aprendizaje de la comunidad de Tradi Arte.</p> <p>Las reacciones del video corto son: de 104 me gusta, 1.625 reproducciones, pero no cuentan con comentarios.</p>	
<b>Dato importante:</b> En esta publicación no se usan hashtags	
<b>Elaborado por:</b> Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)	

- **Análisis #3**

## Figura 12.

*Tercer análisis del contenido de la cuenta de Instagram del Centro Cultural Tradi Arte*



**Fuente:** (Centro Cultural Tradi Arte, 2022).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alonso (2023).

### Tabla 23.

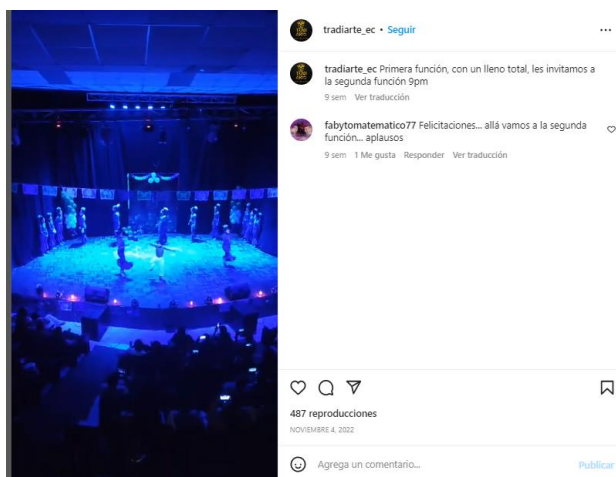
#### *Tercer análisis del contenido de la cuenta de Instagram del Centro Cultural Tradi Arte*

<b>Fecha de publicación:</b> 15/10/2022	<b>Red social:</b> Instagram
<b>Análisis</b>	
<p>Esta publicación que muestra un poco de la preparación que se requiere para la elaboración de una coreografía. En el reel se aprecia a una pareja realizando una rutina de enamoramiento con algunos movimientos contemporáneos.</p> <p>Este tipo de contenido permite que la comunidad forme parte de la prestación de un baile, lo cual podría ser una estrategia para atraer la atención de los espectadores, ya que una cuenta humanizada tiene mayores vistas.</p> <p>La descripción no tiene información suficiente que detalle su labor.</p> <p>La interacción que obtuvieron se detalla en: 91 me gusta, 916 reproducciones y ningún comentario.</p>	
<b>Dato importante:</b> En esta publicación no se utilizan hashtags	
<b>Elaborado por:</b> Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)	

- **Análisis #4**

### Figura 13.

#### *Cuarto análisis del contenido de la cuenta de Instagram del Centro Cultural Tradi Arte*



**Fuente:** (Centro Cultural Tradi Arte, 2022)

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alonso (2023).

## Tabla 24.

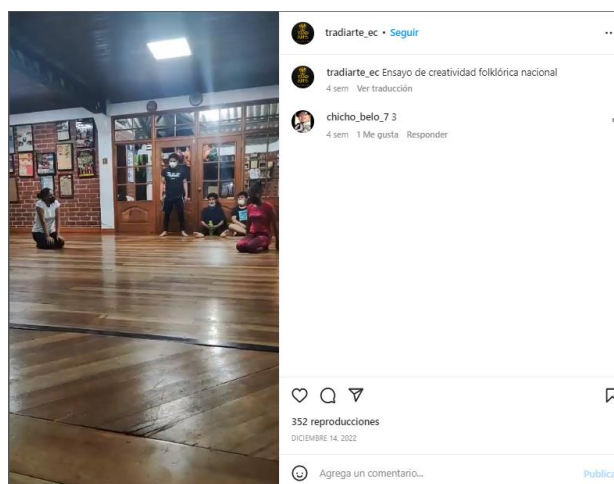
### *Cuarto análisis del contenido de la cuenta de Instagram del Centro Cultural Tradi Arte*

<b>Fecha de publicación: 04/11/2022</b>	<b>Red social: Instagram</b>
<b>Análisis</b>	
<p>Este reel presenta la intervención de sus bailarines en la función de Ballet México Vivo - Binacional que se llevó a cabo el pasado 4 de noviembre, en la Casa de la Cultura.</p> <p>Entre sus características se encuentra la danza moderna y contemporánea acompañada de movimientos corporales flexibles y un vestuario colorido que realza la belleza femenina como las faldas blancas, rojas, amarillas y accesorios llamativos. Mientras que los hombres bailaban al son de un vestuario tipo de pantalón negro y camisa blanca.</p> <p>Aunque la descripción no cuenta con más información para la audiencia, maneja un llamado a la acción, corto y breve, con el fin de que el público llegue a la segunda función.</p> <p>El reel cuenta con: de 67 me gusta, 1 comentario y 491 reproducciones realizadas.</p>	
<b>Dato importante:</b> En esta publicación no se utilizan hashtag.	
<b>Elaborado por:</b> Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)	

- **Análisis #5**

## Figura 14.

### *Quinto análisis del contenido de la cuenta de Instagram del Centro Cultural Tradi Arte*



**Fuente:** (Centro Cultural Tradi Arte, 2022).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alonso (2023).

**Tabla 25.**

*Quinto análisis del contenido de la cuenta de Instagram del Centro Cultural Tradi Arte*

<b>Fecha de publicación: 14/12/2022</b>	<b>Red social: Instagram</b>
<b>Análisis</b>	
<p>Esta publicación muestra a los integrantes realizando una rutina de baile andino, de carácter festivo y alegre. Dentro del ensayo se observa el esfuerzo que cada integrante tiene a la hora de ejecutar los movimientos que la coreografía requiere.</p> <p>En la descripción se menciona que es una práctica, aun así, se debería tomar en cuenta efectuar un resumen adicional que explique lo que se quiere representar con la danza para mantener a la audiencia conectada y a la vez educada.</p> <p>Las reacciones que esta publicación son de 73 me gustan, 1 comentario y 355 reproducciones efectuadas.</p>	
<b>Dato importante:</b> En esta publicación no se utilizan hashtag	
<b>Elaborado por:</b> Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)	

**3.5.2. Observación del manejo comunicacional de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo**

**Tabla 26.**

*Ficha de observación del manejo comunicacional de la Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo*

<b>Instrumento de comunicación</b>	<b>Fecha de creación</b>	<b>de</b>	<b>Tipo de información que se difunde (reportajes, escritos, videos, audiovisuales etc)</b>	<b>Alcance promedio mensual</b>
<b>Facebook</b>	En	el	Su mayor tipo de información es de publicidad de los eventos a los que asistieron o asistirán. Además de hablar acerca de encuentros nacionales o internacionales en los que se realiza el folclor ecuatoriano. En la herramienta de videos cuentan con 65 productos audiovisuales, 2 transmisiones en vivos y 4 eventos. A manera global cuentan con 2.3 mil me gusta y 2.6 mil seguidores	Cuentan con un alcance de 6.000 personas y 11.000 impresiones
<b>Instagram</b>	Se unió a	la red social en	Dentro de esta plataforma digital la agrupación cuenta con 150 publicaciones y 528 seguidores. En su línea gráfica, el fuerte, es la fotografía de sus ensayos y presentaciones. Así mismo, hacen post publicitarios acerca de sus cursos vacacionales o fechas cívicas, incluso, cuando van a realizar un live elaboran un post para informar a su audiencia. También promueven los encuentros culturales en los que participaran. En la herramienta de reels promocionan los festivales o encuentros de agrupaciones internacionales, lo que humaniza su cuenta. En total tienen 66 reels.	Cuentan con un alcance de 27 cuentas mensuales, aproximadamente.

**Fuente:** Negrete, F (2023)

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

### 3.5.2.1. Análisis del contenido de la página de Facebook de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo

- Análisis #1

**Figura 15.**

*Primer análisis del contenido de la página de Facebook de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo*



**Fuente:** (Fraternidad Folklórica y Cultural San Geronimo , 2022).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alonso (2023).

**Tabla 27.**

*Primer análisis del contenido de la página de Facebook de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo*

<b>Fecha de publicación:</b> 07/08/2022	<b>Red social:</b> Facebook
<b>Análisis</b>	
En esta publicación se muestra la participación de los bailarines en el VI Encuentro Etnográfico “Los Diablos se toman la Mariscal”, este evento tiene como objetivo difundir el patrimonio inmaterial y cultural de Quito, para ser específicos, a las comunidades que tienen	



---

al diablo como referente histórico y símbolo de protesta hacia la conquista española y el maltrato al pueblo nativo indígena.

En esta festividad se aprecia a la agrupación participar en la comparsa con trajes de gran caracterización al son del diablo, personaje que tiene mucho impacto en las localidades quiteñas. Sus vestuarios consisten en un pantalón negro, camisa con los colores de la bandera de Quito; azul y rojo, incluyendo flecos dorados y por último la máscara del personaje representativo.

El recorrido musical se lo realiza por las calles y barrios principales de la capital con el fin de enriquecer el pensamiento y cosmovisión de los pueblos indígenas y sus expresiones rituales en el Ecuador.

En la descripción se agradece a los participantes y a los colaboradores que aportaron a la realización del evento, sin embargo, el contenido no aporta a la educación cultural de sus seguidores, a diferencia de lo que transmite el evento.

Las reacciones que este contenido alcanzó son las siguientes: 13 me encanta, 13 me encantas y ni un comentario

---

**Dato importante:** Para la publicación de este contenido se empleó el uso de hashtags como: #cubijies #Riobamba #Chimborazo #Diablodelata #Quito #sangeronimo #SomosCultura #arteycultura #FFCSG que se relaciona con la información emitida. Estos permiten que al momento de realizar búsquedas el algoritmo de Facebook visualice con mayor facilidad la cuenta de la agrupación.

---

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

- **Análisis #2**

**Figura 16.**

*Segundo análisis del contenido de la página de Facebook de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo*



**Fuente:** (Fraternidad Folklórica y Cultural San Geronimo, 2022).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alonso (2023).

**Tabla 28.**

*Segundo análisis del contenido de la página de Facebook de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo*

---

**Fecha de publicación: 07/09/2022**

**Red social: Facebook**

---

**Análisis**

En esta producción audiovisual que cuenta con una edición y locución profesional se aprecia tomas obtenidas con dron para enriquecer el producto y que la información sea llamativa y logre captar la atención del seguidor.

En el contexto del mensaje, la voz en off menciona a los invitados que formaron parte del primer Festival de Danzas organizado por el grupo de Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo,

que se llevó a cabo el pasado 24 de septiembre en la parroquia Cubijíes en celebración a sus 15 años de trayectoria.

---

---

En la descripción de la publicación se aprecia la aclaración de la hora y fecha, pero no del lugar exacto. Sin embargo, menciona que los auspiciantes son el GAD parroquial de Cubijíes y la Prefectura de Chimborazo.

Este producto receipto :23 me encanta,47 me gusta, 4 comentarios, y 4.2 mil visualizaciones.

---

**Dato importante:** Para la publicación de este contenido no se empleó el uso de hashtag

---

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

- **Análisis #3**

**Figura 17.**

*Tercer análisis del contenido de la página de Facebook de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo*



**Fuente:** (Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo , 2022).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alonso (2023).

**Tabla 29.**

*Tercer análisis del contenido de la página de Facebook de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo*

---

**Fecha de publicación:** 18/10/2022

**Red social:** Facebook

---

**Análisis**

---

En esta imagen se puede apreciar a los integrantes en el festival de San Gerónimo, una festividad realizada en honor a su patrono del mismo nombre, también conocido como

---

Doctor de la Iglesia Católica. En este evento la agrupación decidió hacer una exhibición con la bomba del chota.

Los trajes utilizados son de falda holgada y una blusa colorida para las mujeres y para los hombres una camisa y pantalón blanco doblado hasta la rodilla.

En la descripción se menciona los cuadros artísticos realizados, pero no argumenta una descripción del baile. Este detalle podría ampliar el conocimiento de los internautas, a su vez ayuda a fomentar el amor a la cultura.

Las reacciones que este contenido pudo receptor son las siguientes: 13 me encanta, 13 me gusta y 25 compartidos. Por su parte los comentarios tienen un registro de 0.

**Dato importante:** En esta publicación utilizan hashtags como: #15añosdevidaartística #ArteyCulturaParaTodos #Colombia #Ecuador #SanGeronimo #FFCSG que se relaciona con la información emitida. Estos permiten que al momento de realizar búsquedas el algoritmo de Facebook visualice con mayor facilidad la cuenta de la agrupación

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

- **Análisis #4**

**Figura 18.**

*Cuarto análisis del contenido de la página de Facebook de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo*



**Fuente:** (Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo, 2022).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alonso (2023).

**Tabla 30.**

*Cuarto análisis del contenido de la página de Facebook de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo*

---

<b>Fecha de publicación: 05/12/2022</b>	<b>Red social: Facebook</b>
---	-----------------------------

---

**Análisis**

---

En este vídeo se aprecia la experiencia de esta agrupación en el “V festival Internacional de Danzas Waiñaiyamu” un evento que se suscitó en el Teatro Casa de la Cultura Núcleo del Azuay y en el que participaron delegaciones de Colombia y Bolivia. En este producto se muestra la integración que se realizó para la entrega de recuerdos y premios; dichos presentes muestran un simbolismo de cada cultura o país. Además, de reafirmar lazos entre países hermanos.

La descripción muestra el agradecimiento que el grupo tiene con los organizadores y con los participantes del evento. Ya que, a breves rasgos se perciben excelentes relaciones entre delegaciones.

Las reacciones que este contenido pudo recibir son las siguientes: 11 me encanta, 11 me gusta, 1 me importa, 2 comentarios y 715 visualizaciones.

---

**Dato importante:**

En esta publicación utilizan hashtags como por ejemplo, #sangeronimo, #FFCSG, #15añosdevidaartística, #ArteyCulturaParaTodos, #Bolivia, #Colombia, #Ecuador, #Paute, #Cuenca y #SomosChimborazo. Estas etiquetas se relacionan con la información emitida. Estos permiten que al momento de realizar búsquedas el algoritmo de Facebook visualice con mayor facilidad la cuenta de la agrupación

---

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

- **Análisis #5**

**Figura 19.**

*Quinto análisis del contenido de la página de Facebook de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo*



**Fuente:** (Fraternidad Folklórica y Cultural San Geronimo, 2022).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alonso (2023).

**Tabla 31.**

*Quinto análisis del contenido de la página de Facebook de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo*

Fecha de publicación: 05/12/2022	Red social: Facebook
<b>Análisis</b>	
<p>En esta publicación se muestran fotografías de una comparsa en el que las mujeres visten una blusa blanca, faldas plisadas, chalinas con colores llamativos como el rojo o amarillo, y alpargatas. Mientras que los hombres usan zamarro, poncho y sombrero de paño.</p> <p>El contexto de la caminata de este grupo se da en la presentación del “Pase de la Fundación Luis Escobar y Pase en Bayushig”.</p> <p><b>En la descripción le hace falta alta más contexto del evento en donde se explique por qué se lo realizó.</b></p> <p>Las reacciones que este contenido receiptó son:9 me encanta, 16 me gusta, 1 comentario y 35 compartidos</p>	



---

**Dato importante:**

En esta publicación utilizan hashtag como #FFCSG #sangeronimo #ArteyCulturaParaTodos #ecuador #Pasesdelniño #Chimborazo #Riobamba #danza #folclore #15añosdevidaartistica #Bayushig, que se relaciona con la información emitida. Estos permiten que al momento de realizar búsquedas el algoritmo de Facebook visualice con mayor facilidad la cuenta de la agrupación.

---

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

### 3.5.2.2. Análisis del contenido de la página de Facebook de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo

- Análisis #1

#### Figura 20.

*Primer análisis del contenido de la cuenta de Instagram de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo*



**Fuente:** (Fraternidad Folklórica S.G, 2022).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

### Tabla 32.

*Primer análisis del contenido de la cuenta de Instagram de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo*

Fecha de publicación: 09/08/2022	Red social: Instagram
<b>Análisis</b>	
<p>De entrada, el post mantiene un llamado a la acción que es “sigue la transmisión del Desfile Cívico Cultural”, lo que convierte al texto en una frase corta, pero demandante.</p>	
<p>Así mismo, al tener el logo de la Prefectura del Chimborazo y el nombre del prefecto, más joven del Ecuador, Juan Pablo Cruz, se podría sobre entender que el evento estuvo patrocinado por el departamento de la prefectura.</p>	
<p>En el contenido de fotos muestra a bailarines en una comparsa de carácter cívico por los 198 años de Provincialización de Chimborazo. En estas imágenes las mujeres visten un traje muy colorido de morena boliviana, el cual consiste en una blusa, una falda corta y sombrero. Los hombres visten un pantalón, camisa y chaqueta muy colorida.</p>	
<p>En la descripción se hace referencia a este evento con alegría y agradeciendo a los organizadores, pero no agrega más información, ya que la imagen es el fuerte.</p>	
<p>Las reacciones que esta publicación son: de 15 me gusta y ningún registro de comentarios.</p>	
<b>Dato importante:</b>	
<p>En esta publicación se utilizan hashtag como: #prefecturadechimborazo, #Somos_Ecuador, #morenadaboliviana, #CUBIJIES, #sangerónimo, #Danza, #arteycultura, #RIOBAMBA, #198años, #Desfilecivicocultural y #FFCSG. Estas etiquetas están relacionadas con la información emitida, estos podrían brindar un mayor aporte, un mayor alcance de interacciones.</p>	
<b>Elaborado por:</b> Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)	



- **Análisis #2**

**Figura 21.**

*Segundo análisis del contenido de la cuenta de Instagram de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo*



**Fuente:** (Fraternidad Folklórica S.G, 2022).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

**Tabla 33.**

*Segundo análisis del contenido de la cuenta de Instagram de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo*

<b>Fecha de publicación:</b> 30/09/2022	<b>Red social:</b> Instagram
<b>Análisis</b>	
<p>La siguiente fotografía, más que difundir el folklor, agradece la invitación que tuvieron como agrupación en el Encuentro Nacional de Turismo “ENTUR” 2022, que se llevó a cabo gracias a la organización de la Prefectura de Chimborazo y coordinación del Ministerio de Turismo. En esta publicación se pueden ver a los integrantes con un vestuario típico de la sierra, las mujeres visten una falda plisada oscura, una blusa blanca bordada a mano, una chalina colorida y accesorios como aretes y collares elaborados con plata y oro. Los hombres usualmente visten una camisa bordada en cuello y mangas, pantalón oscuro, un sombrero de paño y un poncho rojo.</p> <p>En la descripción su agradecimiento a los organizadores es muy notorio, ya que así lo describen textualmente.</p> <p>Las reacciones que esta publicación dejó son: 8 me gusta, pero no tienen ningún comentario.</p>	

---

**Dato importante:**

En esta publicación se utilizan hashtags como: #Chimborazo, #Riobamba, #cubijies, #Columbe, #quintamacaji, #SomosEcuador, #danzafolklorica, #sangeronimo y #FFCSG. Estas etiquetas están relacionadas con la información emitida, estos podrían brindar un mayor aporte, un mayor alcance de interacciones.

---

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

- **Análisis #3**

**Figura 22.**

*Tercer análisis del contenido de la cuenta de Instagram de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo*



**Fuente:** (Fraternidad Folklórica S.G, 2022).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

**Tabla 34.**

*Tercer análisis del contenido de la cuenta de Instagram de la Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo*

---

**Fecha de publicación:** 19/10/2022**Red social:** Instagram

---

**Análisis**

En esta publicación se muestran fotografías de los integrantes de esta agrupación con trajes de danza negra. Para las mujeres el traje consiste en una blusa y una falda muy colorida,

---

mientras que el hombre utiliza un pantalón blanco y camisa de colores llamativos. Aunque dentro de la publicación se los puede observar con camisas mangas largas blancas y la bandera ecuatoriana bordada por encima de los codos. Para este tipo de danza no se usan zapatos.

En el copy de la publicación la fraternidad folklórica resalta que culmina sus presentaciones luego de hacer dos intervenciones con los géneros de: Bomba del chota y Cumbia Colombiana. Estos ritmos dejan en alto, no solo las emociones y sentimientos, sino la alegría, picardía y movimiento sensual de caderas al son de tambores o guitarras, requinto o güiro.

Las reacciones que esta publicación son de 18 me gusta y ningún comentario.

### Dato importante:

En esta publicación utilizan hashtags como: #15añosdevidaaartistica, #ArteyCulturaParaTodos, #Colombia, #Ecuador, #SanGeronimo y #FFCSG, los cuales están relacionados con la información emitida, estos podrían brindar un mayor aporte, un mayor alcance de interacciones.

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

- **Análisis #4**

### Figura 23.

*Cuarto análisis del contenido de la cuenta de Instagram de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo*



**Fuente:** (Fraternidad Folklórica S.G, 2022).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

### Tabla 35.

*Cuarto análisis del contenido de la cuenta de Instagram de la agrupación Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo*

<b>Fecha de publicación: 05/12/2022</b>	<b>Red social: Instagram</b>
<b>Análisis</b>	
<p>En este video se presenta la participación del grupo Fraternidad Folkórica San Gerónimo en el “V Festival Internacional de Danzas Waiñaiyamu”, aquí se aprecian las actividades realizadas en este evento, tales como, la integración, entrega de reconocimiento y recuerdos representativos de las regiones ecuatorianas, además, se contó con la presencia de países como, Colombia y Bolivia.</p> <p>Esta producción permite que los internautas entiendan todos los aspectos que conllevan las actividades folclóricas, mostrando las buenas experiencias de un evento como este. La descripción evidencia el agradecimiento que el grupo tiene con los organizadores y con los participantes del evento. Ya que, a breves rasgos se percibe buenos lazos entre las delegaciones.</p> <p>Las reacciones que esta publicación son de 10 me gustan, ningún comentario y 151 reproducciones efectuadas.</p>	
<b>Dato importante:</b>	
<p>En esta publicación utilizan hashtags como: #sangeronimo, #FFCSG, #15añosdevidaartistica, #ArteyCulturaParaTodos, #Bolivia, #Colombia, #Ecuador, #Paute, #Cuenca y #somoschimboraço, relacionados con la información emitida, estos podrían brindar un mayor aporte, un mayor alcance de interacciones.</p>	
<b>Elaborado por:</b> Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)	

### 3.6. Presentación y análisis de resultados de entrevistas a agrupaciones bajo estudio

#### 3.6.1. Diego Gómez - vicepresidente del Centro Cultural Tradi Arte:

#### 1. ¿Qué papel juega la identidad cultural de los pueblos ecuatorianos en la creación de su agrupación?

La identidad cultural tiene muchas definiciones porque el país tiene tradiciones, saberes ancestrales, manifestaciones, simbologías, costumbres o rituales que realizan los pueblos de

nuestro país. Nuestra agrupación nace de la necesidad de que exista un espacio en nuestra ciudad del Puyo, cantón y provincia de Pastaza. Donde la niñez, la juventud, la adolescencia y personas adultas puedan tener ese espacio de conocimiento y a la vez de fomentar rescatar y transmitir toda esta amalgama de identidad cultural de los diferentes pueblos y nacionalidades a través del arte escénico de la danza.

**2. ¿Cuáles son los elementos culturales que mayor impacto tienen en la divulgación de sus presentaciones?**

Bueno, los elementos culturales que destacan podríamos decir que son aquellas manifestaciones o saberes ancestrales que van pasando entre generaciones, tiempo y evolucionando de forma creciente o decreciente. Podríamos manifestar que utilizamos esas como manifestaciones culturales, los símbolos, el lenguajes o movimientos corporales. Todos estos elementos son plasmados en una coreografía para que el público pueda entender o interpretar a su criterio la propuesta. Ya que, lo que nosotros hacemos es destacar aquellas manifestaciones más importantes de una cultura o de una fiesta para transmitirla en un escenario.

**3. ¿Cómo estructuran una historia desde la danza para plasmarla en redes sociales?**

Claro, en la actualidad debemos estar ocupando de una forma correcta las redes sociales. En nuestro caso la institución maneja la página de Facebook para dar a conocer de manera oficial y formal las diferentes actividades que nosotros realizamos o las diferentes propuestas de obras escénicas, giras nacionales e Internacionales, invitaciones y de la misma manera manejamos Instagram. Contamos la experiencia de vida de cada uno de los que conforman nuestra institución para que el público que no conoce la cultura aprecie nuestros ensayos y presentaciones para que valoren la cultura ecuatoriana.

**4. ¿A través de que estrategias comunicacionales su agrupación contribuye a que los ecuatorianos reconozcan sus culturas ecuatorianas?**

Nosotros transmitimos a través de las redes sociales los diferentes montajes coreográficos y experiencias para que todos los que ingresen a las redes sociales, a nivel mundial, puedan visualizar lo que es la cultura ecuatoriana, y así crear esa inquietud de venir a la localidad. Y poder conocer esta amalgama de diferentes manifestaciones culturales, patrimoniales y artísticas que posee el Ecuador.

**5. ¿Qué acciones comunicacionales ustedes recomendarían para promover los contenidos culturales de los grupos folclóricos de danza?**

Identificar aquellas redes sociales que están de moda porque cada tiempo hay una red nueva y se posesiona en la población lo ideal es utilizarla de manera correcta y que podamos nosotros aportar a la sociedad con información, no solo con contenido de reggaetones, sino otros ritmos, los que tenemos como tradición o como herencia de nuestros pueblos y podamos de esa manera dar muestras de montajes coreográficos, de experiencias de vida de los bailarines y de todos lo que nosotros conformamos.

**3.6.2. Marco Herrera -bailarín de planta del Centro Cultural Tradi Arte:**

**1. ¿Qué papel juega la identidad cultural de los pueblos ecuatorianos en la creación de su agrupación?**

Creo que la identidad de los pueblos ecuatorianos ha influido mucho en la creación de nuestra agrupación debido a que el director que nosotros tenemos es muy arraigado a las costumbres ecuatorianas. Entonces eso ha dado el impulso para que nuestra agrupación tenga esa identidad y se fije mucho en las tradiciones y costumbres de cada uno de los pueblos ecuatorianos, tanto en la Amazonia, sierra y costa. Para ejecutar o realizar un sueño que él tenía, el cual era crear un grupo folclórico de danza y poder expresar las diferentes expresiones que tiene nuestros pueblos ecuatorianos.

**2. ¿Cuáles son los elementos culturales que mayor impacto tienen en la divulgación de sus presentaciones?**

Bueno, creo que los elementos que más atraen al público de nuestras presentaciones, es la proyección que nosotros hacemos a través de la danza, de los cuentos de nuestra amazonia que para nosotros el tema de la amazonia es contar las historias porque impacta mucho y genera mucha expectativa en el público. A la par trabajamos un poco con técnicas contemporáneas para poder enriquecer la movilidad corporal del bailarín para que pueda expresar lo que se necesita en la escena.

**3. ¿Cómo estructuran una historia desde la danza para plasmarla en redes sociales?**

Nosotros realizamos primero la investigación de cuáles son las costumbres o actividades cotidianas de cada uno de los pueblos, para así, poder plasmar en escena el trabajo que queremos y a partir de eso nosotros implementar todo lo que es la vestimenta autóctona,

porque a la final nosotros somos un grupo de proyección, pero tratamos de que se asimile mucho a lo que es la realidad. Si tenemos alguna presentación nosotros lo que hacemos es recabar imágenes y todas las situaciones para crear un video que motive y exponga lo que nosotros hacemos en el trayecto de una presentación.

**4. ¿A través de que estrategias comunicacionales su agrupación contribuye a que los ecuatorianos reconozcan sus culturas ecuatorianas?**

Nosotros transmitimos a través de las redes sociales los diferentes montajes coreográficos y experiencias, para que todos los que ingresan a las redes sociales a nivel mundial pueden tener una herramienta visual y puedan tener ese conocimiento de lo que es la cultura ecuatoriana y así crear esa inquietud de venir a la localidad. Y poder conocer el territorio de esta amalgama de diferentes manifestaciones culturales, patrimoniales y artísticas que posee el Ecuador.

**5. ¿Qué acciones comunicacionales ustedes recomendarían para promover los contenidos culturales de los grupos folclóricos de danza?**

Yo creo que la estrategia es informar o plasmar videos de los trabajos que uno realiza a través de los días, por la actividad diaria que nosotros realizamos como agrupaciones folclóricas y no solamente difundir el tema de las coreografías o presentaciones, sino todo el trabajo que se hace previo a obtener un resultado como el que nosotros presentamos ante el público. Eso se podría realizar a través de las plataformas digitales que tenemos como el Facebook, todo eso ayuda a difundir el trabajo que realiza cada una de las agrupaciones.

**3.6.3. Joel Negrete - director de Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo**

**1. ¿Qué papel juega la identidad cultural de los pueblos ecuatorianos en la creación de su agrupación?**

La identidad cultural juega un papel muy importante en la creación de nuestra agrupación, ya que esto engloba varios temas como los valores tradiciones y símbolos. Las creencias de nuestros pueblos, raíces, y la nosotros como agrupación, porque nos identificamos con la cultura y lo proyectamos mediante la danza.

**2. ¿Cuáles son los elementos culturales que mayor impacto tienen en la divulgación de sus presentaciones?**

Los elementos culturales de mayor impacto que se da en nuestra agrupación es básicamente las coreografías, ya que es una interpretación propia de los pueblos de cada región o nacionalidad. Esta se a conocer por las costumbres, rituales, música, vestimenta, baile entre otras cosas. Cada uno de estos elementos tiene un significado distinto, los detalles realizados por las personas del mismo pueblo les da un valor valioso y representativo del lugar.

### **3. ¿Cómo estructuran una historia desde la danza para plasmarla en redes sociales?**

Como primero se tiene que conocer lo que es la historia, también, es necesario conocer la cultura de cada uno de los pueblos de las regiones ecuatorianas. Como ya bien lo mencioné, la tradición parte de la música y costumbres que tiene cada pueblo o, mejor aún, viviendo una experiencia cercana con la población. De esta manera nosotros plasmamos una coreografía en base a los puntos que te dije. Para luego transmitirlo en redes sociales como aporte a la sociedad, a los jóvenes, para conozcan más porque nuestro Ecuador es muy rico y es muy pluricultural.

### **4. ¿A través de que estrategias comunicacionales su agrupación contribuye a que los ecuatorianos reconozcan sus culturas ecuatorianas?**

Nosotros nos manejamos por redes sociales, ya que de esta manera podemos contribuir a un aporte supergrande a la sociedad con la tecnología, porque podemos avanzar hasta incluso a indicar varias cosas que tiene nuestro Ecuador por medio de estas redes, porque constantemente la gente está utilizándolas.

### **5. ¿Qué acciones comunicacionales ustedes recomendarían para promover los contenidos culturales de los grupos folclóricos de danza?**

Nosotros básicamente recomendaríamos las redes sociales, ya que la mayoría de las personas, los niños y jóvenes tienen mucho interés en educarse con estas plataformas, ya sea por medio de un video o un mensaje, siempre y cuando sean estos llamativos, tenga un contenido 100% folclórico podemos brindar información nueva de nuestra cultura y ellos van a tener un mayor interés en el arte de la danza.

#### **3.6.4. Fernanda Negrete - fundadora de Fraternidad Folclórica y Cultural San Gerónimo**



**1. ¿Qué papel juega la identidad cultural de los pueblos ecuatorianos en la creación de su agrupación?**

Bueno, Fraternidad folklórica y Cultural San Gerónimo fue creada con un objetivo, el cual consiste en llegar a los jóvenes, fomentar valores y también centrarnos en todo lo que son las tradiciones, creencias y ritos que realizan en nuestro pueblo ecuatoriano. Entonces fue un complemento para toda la agrupación el juntar valores y tradiciones.

**2. ¿Cuáles son los elementos culturales que mayor impacto tienen en la divulgación de sus presentaciones?**

Bueno, con lo que respecta a los elementos culturales, sería la formación en sí de lo que son las coreografías, el escenario que se presenta con vestuario, música e implementos propios de cada pueblo. Por ejemplo, instrumentos andinos que se los puede acoplar a la coreografía, la vestimenta propia de cada región del lugar en el que se va a realizar la coreografía, los detalles que tiene cada traje, el significado propio de la vestimenta. Todo eso serían como los elementos de impacto para la divulgación de las presentaciones.

**3. ¿Cómo estructuran una historia desde la danza para plasmarla en redes sociales?**

Es bueno para poder plasmar una coreografía, una historia porque tenemos que adentrarnos a conocer, prácticamente, las raíces del pueblo y todas sus costumbres, sus tradiciones, su gente o su música. Es vital es conocer como agrupación el por qué celebran cada rito, entonces, una vez que se recopilamos toda esa información, se convive en el pueblo con la gente y se puede lograr armar una coreografía y plasmar lo que hacen cotidianamente.

**4. ¿A través de que estrategias comunicacionales su agrupación contribuye a que los ecuatorianos reconozcan sus culturas ecuatorianas?**

Bueno, aquí Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo, se ha dado a conocer por lo que son las redes sociales o por medio de la televisión, programas de radio, entrevistas. También cuando tenemos presentaciones hacemos uso de gigantografías, volantes, mejor dicho, publicidad, son todos los parámetros que hemos tenido para poder llegar a la gente y mostrarles el trabajo que la agrupación realiza desde hace quince años.

**5. ¿Qué acciones comunicacionales ustedes recomendarían para promover los contenidos culturales de los grupos folclóricos de danza?**

Bueno, en la actualidad sabemos que la mayoría de las personas utiliza las redes sociales y ya casi no se ve televisión o escuchan la radio, son muy pocas las personas que lo hacen, entonces para difundir este arte podríamos utilizar Facebook, Instagram entre otras aplicaciones. Esto permite llegar, no solamente a la gente adulta, sino a jóvenes y niños que son los que más ocupan las redes sociales y de esta forma atraer su atención mediante las coreografías e historias del pueblo para que inicien tomando interés de lo que es el arte, la música y las tradiciones de nuestro país.

### 3.6.5. Análisis de las entrevistas los miembros de agrupaciones del estudio

**Tabla 36.**

*Tabla de análisis del cuestionario a grupos bajo estudio*

<p>1. ¿Qué papel juega la identidad cultural de los pueblos ecuatorianos en la creación de su agrupación?</p>	<p>Con respecto a esta pregunta, los entrevistados manifestaron que el grupo al que pertenecen tiene mucha influencia cultural. Ya que, cada una de estas agrupaciones fueron creadas con el objetivo de mostrar todas las costumbres y tradiciones de la cultura ecuatoriana. El sentido de pertenencia que estos artistas tienen por la cultura los ha motivado a seguir exponiendo las costumbres para sembrar en los jóvenes interés por las riquezas que tiene el país en cuanto a su historia y raíces de origen.</p>
<p>2. ¿Cuáles son los elementos culturales que mayor impacto tienen en la divulgación de sus presentaciones?</p>	<p>En esta pregunta se destaca que los elementos que tienen mucho impacto en sus presentaciones están relacionados principalmente con la vestimenta, ya que suélenle tener un significado representativo de la cultura a la que se esté interpretando. Otro factor diferenciador es la puesta en escena de los componentes que resaltan estas actividades, dado que, los movimientos corporales que realizan los bailarines permiten simbolizar las acciones que los pueblos ancestrales practicaban en su diario vivir.</p>

<p>3. ¿Cómo estructuran una historia desde la danza para plasmarla en redes sociales?</p>	<p>Aquí se evidencia que el punto principal para realizar un cuadro folclórico implica una investigación profunda, que permita comprender las actividades características de estos pueblos, es decir, como realizan los rituales, cazan, pescan, sus creencias etc. Es necesario realizar este estudio para que, al momento de emitir una propuesta para plasmarla en el escenario, se utilice el vestuario adecuado, al igual que los accesorios correspondientes a cada interpretación o danza.</p>
<p>4. ¿A través de que estrategias comunicacionales su agrupación contribuye a que los ecuatorianos reconozcan sus culturas de origen?</p>	<p>En esta pregunta los entrevistados respondieron que la mayor difusión cultural de las danzas folclóricas se sitúa en las redes sociales para compartir el contenido de las actividades grupales en las cuales se evidencia la pasión y dedicación de estas, no obstante, una de las agrupaciones utiliza medios tradicionales como la tv y radio. Pero en este caso emplean el medio que mayor fuerza tiene, ya que estas aplicaciones obtienen mayor captación de audiencia.</p>
<p>5. ¿Qué acciones comunicacionales ustedes recomendarían para promover los contenidos culturales de los grupos folclóricos de danza?</p>	<p>La opinión de los entrevistados refleja que, la mejor manera de tener un acercamiento con las nuevas generaciones es a través de redes sociales, difundiendo contenido mediante videos cortos y de publicaciones constantes que tengan una estructura visual atractiva para el público, ya que, estos tienen mayor impacto en la sociedad. Las plataformas más sugeridas fueron Instagram y Facebook, debido a que es un contenido que romperá barreras, siempre y cuando las estrategias comunicacionales sean las adecuadas para tratar de educar a la gente o brindar datos relevantes relacionados a la cultura a la que se está representando de manera artística.</p>

**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

## Presentación y análisis de resultados de entrevistas a expertos

### 3.6.6. Eduardo Varas Carvajal - (Periodista Cultural)

#### **Figura 24.**

*Primer entrevistado, Eduardo Varas Carvajal*



**Fuente:** (Beltrán, 2021), publicada en diario El Universo.

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

#### **1. ¿Qué papel juegan las redes sociales dentro de la difusión cultural?**

Dependiendo del tipo de red que se utilice, por ejemplo: Facebook juega un papel mucho más importante por un tema de edad, creo que esto es donde los temas culturales tienen mucha más presencia; por ahí vi que en Instagram un poco menos. Tiktok sí creo que está creciendo cada vez más por la de difusión de productos, creaciones, películas, series, libros, o incluso, sobre teatro. Entonces en un segundo nivel está un poco la difusión de contenidos periodísticos culturales; Facebook es la plataforma en donde más se difunde este tipo de contenidos.

#### **2. ¿Cómo evalúa el tipo de periodismo cultural que se realiza en torno a la danza folclórica ecuatoriana en redes sociales y medios?**

Me parece que más allá de la danza folclórica la danza en general no es un tema que se conozca mucho es el periodismo, siento que lo que se hace simplemente es anunciar actividades, presentaciones, cosas así y no hay un desarrollo conceptual más allá de ciertos perfiles, o figuras con conocimiento en las danzas folclóricas. El periódico traduce que hay poca cobertura, o sea, en pocas palabras, aquí en Ecuador no hay periodismo cultural en torno al folclor, es prácticamente una difusión nula, casi los medios que difunden este tipo de

contenido se dirigen más a festividades, pero de ahí hacer un reportaje o hacer una crónica yo lo veo muy difícil porque hasta medios especializados muy poco lo realiza.

**3. ¿Qué barreras usted considera impiden una constante difusión periodística de las danzas folclóricas ecuatorianas?**

Conocemos muy poco los términos generales sobre la danza, se lo puede asociar a temas absolutamente turísticos, como sistema para extranjeros. Eso reduce la capacidad de aproximación, entonces no hay conocimiento como tal, es muy difícil que lleguemos a encontrar puntos de acceso y esto se soluciona, quizás rompiendo uno de esos dos puntos que serían: empezar a investigar información que nos permita entender cuál es la función de las diferentes culturas y que nos puedan ayudar a entender mejor la dinámica que está presente artísticamente. Porque no es que alguien tiene que venir a darme la información sino nosotros como periodistas debemos informarnos más sobre la cultura que ecuatoriana.

**4. ¿Qué opinión le merece que los grupos artísticos implementen un departamento de comunicación para el desarrollo y gestión de su contenido y comunicación en redes sociales?**

Yo creo que es bueno en la medida, ya que el intermediario desaparece y son ellos directamente quienes se ponen en contacto con los posibles consumidores, siento que esos departamentos deben tener mucha conciencia de esta ausencia de información que al periodismo le falta. La función del departamento de comunicación es comunicar de mejor manera las presentaciones y actividades del grupo, esto mediante el uso de la tecnología que ayudara a la audiencia a entender el conocimiento cultural, también permite tener una mejor organización en los contenidos que publicaran.

**5. ¿Qué tipo de contenido funcional podrían generar las agrupaciones folclóricas en sus redes sociales para rescatar y mejorar su engagement con la comunidad joven?**

Los grupos deben entender cuál es el contenido que a los jóvenes les gusta consumir, ahora no es necesario tener equipos grandes, se lo puede realizar con el celular. Entonces yo creo que es importante asumir el reto, no se trata de lo que le gusta al grupo, se trata de lo que está pasando y si yo quiero generar un acercamiento a generaciones más jóvenes con lo que hago. El recurso tecnológico está la mano, puedo meterme a tutoriales en YouTube, consultar como hacer un video en TikTok, y aprenderlo, y ahí puedo ir desarrollando contenidos. La importancia está en el desarrollo de la idea, o sea, cuál es la idea y plasmarla. Los puntos

principales son: Cómo se lo va a hacer, por dónde se lo va a transmitir, identificar cuál red social tiene más influencia en los jóvenes. Los grupos pueden generar todo tipo de contenido como qué significa el baile y por qué lo están realizando, explicas que significa cada cosa del atuendo. Se pueden hacer un video de los ensayos, hay un montón de posibilidades, el tema es entender el soporte técnico.

### **3.6.7. Dayana Monroy - Periodista y presentadora del programa: “Te veo Ecuador” transmitido por Teleamazonas**

**Figura 25.**

*Segundo entrevistado, Dayana Monroy*



**Fuente:** (Ecuador en directo, 2021)

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

#### **1. ¿Qué papel juegan las redes sociales dentro de la difusión cultural?**

Creo que hay mucho que explotar en redes sociales para hablar del ámbito cultural. Probablemente quienes entienden de comunicación no están muy interesados de hablar de la cultura y quienes entienden de cultura, quizás no entienden las dinámicas de las redes sociales, todavía en Ecuador, quiero decir. Si bien hay muchas personas que están usando TikTok o Instagram para exponer cultura, pero todavía no se lo hace con fuerza, como se hace por ejemplo en España. Hay muchas escritoras que usan sus redes y que son muy populares, tienen muchos seguidores, hasta verificación en Instagram. Elvira Sastre, es una gran escritora española, que de hecho es una de las más populares actualmente, y ella tiene muchos seguidores en redes sociales, usa sus redes sociales para difundir temas culturales, lo que ella escribe y aparte de eso también hay otras que ya están usando las redes, precisamente para esa difusión.

Eso ya se hace mucho en España, pero en nuestro país la verdad es que no lo veo mucho, veo que sí hay algunos intentos, pero podría explotarse de otra forma como lo están haciendo allá.

## **2. ¿Cómo evalúa el tipo de periodismo cultural que se realiza en torno a la danza folclórica ecuatoriana en redes sociales y medios?**

No hay mucho espacio cultural, de hecho, ustedes podrán observar que únicamente los espacios culturales que se dan en los medios tradicionales son cuando se muere un artista o cuando hay un premio que llega al periodista de un determinado medio, pero realmente no hay un impulso, no hay un departamento de cultura donde se hablen temas culturales porque para hablar de temas culturales tienes que saber de cultura y a su vez tienes que saber de comunicación para poderlos proyectar en medios. Entonces, ahí sí yo creo que la verdad es que falta muchísimo. Y en redes sociales la verdad, no sé si es que yo no tengo el algoritmo definido, no he visto mucho, o sea, de hecho, sigo a algunos profesores, algunos artistas, soy amiga de algunos de ellos; y no veo que usen sus redes como para difundir estos espacios, por el que se debería hacer muchísimo más actualmente. En Te veo Ecuador, sacamos algunos temas precisamente de danza donde se puede observar que hay cosas increíbles en nuestro país y siempre decimos por qué esto no está proyectado en otros lados no, a veces yo me he puesto a ver las cantidades de seguidores que tienen quienes intentan proyectarlo, son muy pocos, y digo: no sé por qué no se incentiva mucho más eso. Creo que estamos descubriendo estas herramientas de las redes sociales para mostrarnos como artistas también.

## **3. ¿Qué barreras usted considera impiden una constante difusión periodística de las danzas folclóricas ecuatorianas?**

Creo que muchos medios tradicionales destinan el espacio que les sobra para hablar de cultura, igual como destinan el espacio que le sobra para hablar de ecología. Por ejemplo, para hablar de medio ambiente, no hay un segmento donde se hable de ese tema o donde hay una persona que esté empujando el tema, estoy generalizando no. Hay algunos medios y, sobre todo la radio, que sí lo hacen mucho, pero si hay otros donde faltaría un poco más ese espacio. Ese impulso en el ámbito cultural es como un círculo vicioso porque decimos: a la audiencia quizás no le interesa tanto observar esos temas, entonces no se los doy, pero como no se los doy la audiencia no tiene alternativas. Entonces caminábamos en ese círculo vicioso y finalmente lo que tenemos es que no hay muchos espacios en medios de comunicación hablando sobre danza o cultura.

**4. ¿Qué opinión le merece que los grupos artísticos implementen un departamento de comunicación para el desarrollo y gestión de su contenido y comunicación en redes sociales?**

Bueno sería, importantísimo, pero también hay que entender que la cultura generalmente no es muy rentable. Entonces, el tener un departamento de comunicación para los grupos abre la posibilidad de que no se tengan como financiar porque hace falta un presupuesto para hacerlo. Entonces lo que yo te diría es que sí, sería lo óptimo, sería lo genial porque quienes sabemos de comunicación podríamos contarlos mejor, que quienes danzan, pero no siempre hay la alternativa. El aspecto económico es fundamental, cada vez que hay un proyecto hay que pensar en la parte económica. Suena muy soñador decir, que bueno sí el arte y el arte esto, pero también se necesitan recursos, todos necesitamos recursos.

**5. ¿Qué tipo de contenido funcional podrían generar las agrupaciones folclóricas en sus redes sociales para rescatar y mejorar su engagement con la comunidad joven?**

Algo que yo he descubierto en redes, es que a la gente le importa el contenido, pero le importa que alguien se lo cuente. A veces no entendemos el conocimiento que tenemos de determinado tema o no somos conscientes que a la otra persona le interesa lo que podemos contar. Yo creo es que la recomendación es que crean lo que saben y no lo normalicen porque si normalizan lo que saben, normalizan el que la otra persona no le interese conocer. Pierdan el miedo de contarse en las redes, es una herramienta increíble que tenemos y creo que todos tenemos que contar, siempre, solo debemos descubrir el cómo hacerlo y que se nos quite el miedo para comenzar a hacerlo, creo que ese es el bloqueo que existe.

**3.6.8. Luis Páez - Antropólogo de danzas tradicionales y profesor de etnocoreología en la Universidad de las Artes**

**1. ¿Qué papel juegan las redes sociales dentro de la difusión cultural?**

Las redes sociales, hoy, son fundamentales para la difusión cultural, porque gran parte de la gestión cultural se despliega o se realiza, y se difumina a través de las redes sociales, cuando se llega a viralizar o cuando tiene un mayor impacto en el público. Sin embargo, creo que hay que cuidar, en qué las utilicemos como un tipo de herramientas, gratuitas y relevantes, pero es importante también centrar y diversificar nuestra forma de comunicación, sin embargo, si son importantes.



**2. ¿Cómo evalúa el tipo de periodismo cultural que se realiza en torno a la danza folclórica ecuatoriana en redes sociales y medios?**

Te puedo decir que el periodismo cultural en Ecuador es escaso y tiene poco espacio. La mayoría de los medios hegemónicos, tanto de televisión como de medio impreso, le dan espacio a la “cultura”, pero como entretenimiento. Así como en El Universo, que publica sobre los proyectos que tiene la Universidad de las Artes, y suele estar en el apartado de entretenimiento del periódico. Eso es un problema porque no hay una rigurosidad sobre el periodismo cultural, espero estos periódicos digitales, con el pasar de los años, sean la excepción.

**3. ¿Qué barreras usted considera impiden una constante difusión periodística de las danzas folclóricas ecuatorianas?**

Yo creo que lo principal es el desconocimiento hace que, efectivamente, no exista esta demanda acerca de las danzas tradicionales del Ecuador y al no existir estas demandas no existen canales de difusión. Por ejemplo, no sé si recordarán esta disposición, que no sé si se ha reformado, pero antes obligaban a las radios a difundir, un tiempo determinado, temas culturales relacionados a la música.

**4. ¿Qué opinión le merece que los grupos artísticos implementen un departamento de comunicación para el desarrollo y gestión de su contenido y comunicación en redes sociales?**

Hay que ser realistas, un grupo artístico de nuestro país difícilmente implementará una dirección de comunicación. La mayoría de las agrupaciones artísticas son más de carácter no formal. Esto no quiere decir que las agrupaciones no tengan conocimiento o que alguien se encargue de la difusión o que pueda introducir e impartir conocimiento sobre marketing cultural. El artista tiene, para bien o mal, una doble tarea. Por un lado, el artista tiene que componer y realizar su coreografía, pero, además, tienen que adquirir otros conocimientos dentro de la gestión cultural. Por eso, dentro de este campo es importante que conozcan sobre temas de redes sociales o marketing cultural para difundir más sus obras. Pero, a veces el artista no dispone de estas capacidades, por eso es importante que cuenten con alguien que si pueda hacerlo. Muchas veces en los proyectos artísticos nos quedamos con la proyección, pero no con la circulación de las artes.

**5. ¿Qué tipo de contenido funcional podrían generar las agrupaciones folclóricas en sus redes sociales para rescatar y mejorar su engagement con la comunidad joven?**

Es una responsabilidad grande, creo que este tipo de interacción de los jóvenes y agrupaciones debe darse en el entorno de la política pública, debe darse un plan de la política pública que fomente, precisamente, el diálogo intercultural, la memoria y la identidad que se reflejan en las danzas, el arte. Sin embargo, dado que hay una ausencia, en sí las agrupaciones podrían generar más contenidos sin tergiversar su esencia. La danza no solo es para el entretenimiento del consumidor, sino a la creación, al diálogo entre el creador, lo que quiere mostrar y el consumidor que es el público. Por eso debe haber un proceso de formación de público, en el que los jóvenes o ecuatorianos sepamos que existen otro tipo de danza y no solo un baile de reguetón. Por eso hay que jugar en esta doble vía, que es la realidad virtual y lo real.

**3.6.9. Fernando Rodríguez - Profesor de danza folclórica en la Casa de la Cultura del Núcleo del Guayas**

**Figura 26.**

*Cuarto entrevistado, Fernando Rodríguez*



**Fuente:** Rodríguez, F (2023)

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

**1. ¿Qué papel juegan las redes sociales dentro de la difusión cultural?**

A raíz de la pandemia, las redes sociales juegan un papel importante en el que el artista escénico tiene que vender su trabajo, no solo se debe publicar, sino pautar para que su trabajo llegue a muchas personas. Es vital cuando es bien manejado, si la canalizas y manejas bien con

alguien que sepa, te dará resultados positivos. Es importante buscar un especialista que sepa a profundidad sobre esto.

**2. ¿Cómo evalúa el tipo de periodismo cultural que se realiza en torno a la danza folclórica ecuatoriana en redes sociales y medios?**

Considero que no existen periodistas, o hay muy pocos, antes de ser periodista, debe conocer mucho sobre cultura. Hay quienes hacen preguntas, pero luego se desvían del tema. Un periodista que quiera entrevistar a un artista o agrupación que hace arte y cultura, lee mucho. Un periodista debe empaparse, conocer el arte ecuatoriano. A mí me han realizado entrevistas, pero no saben dónde están parados y las preguntas no tienen nada que ver con el arte. Es maravilloso hablar con un periodista que inicia o menciona a un autor o bailarín o sabe cómo profundizar acerca de la danza.

**3. ¿Qué barreras usted considera impiden una constante difusión periodística de las danzas folclóricas ecuatorianas?**

Ni la misma persona que ejecuta la danza tiene identidad y más aún el periodista. En los peores casos, no conocen de la cultura de nuestro país y como hay un desconocimiento, no hay una conciencia. En ese sentido debe existir más entrega, es como enamorarse de lo hacemos y haremos. Pero, reitero, se debe preparar constantemente.

**4. ¿Qué opinión le merece que los grupos artísticos implementen un departamento de comunicación para el desarrollo y gestión de su contenido y comunicación en redes sociales?**

A mí me parece fantástico, creo yo que es importante que las agrupaciones tengan un departamento o una persona que maneje de arriba abajo las redes sociales. Porque te podría decir, hoy en día vivimos en una era digital y hoy es vital. Si no cuentas con un equipo, mínimo una persona.

**5. ¿Qué tipo de contenido funcional podrían generar las agrupaciones folclóricas en sus redes sociales para rescatar y mejorar su engagement con la comunidad joven?**

Mostrar y contar nuestra cultura es el inicio del contenido, no solo lo que llevamos a escena. Hay que contar cada rincón de nuestro país, cada día una cosa y lugar diferente. Porque vivimos en un país maravilloso en el que tenemos muchísimo por aprender. Yo escucho radio

cristal, y el director actual siempre habla de temas interesante y tomo en cuenta que hay cosas que conozco y desconozco y por ese medio me enriquezco mucho más. Realmente nuestro arte y cultura es más valorada en Europa que en nuestro país. Si tu no vives primero lo que quieres publicar, no puedes transmitir nada.

### **3.6.10. Jorge Andrés Vallejo - Productor de redes de “Te veo Ecuador” transmitido por Teleamazonas**

**Figura 27.**

*Quinto entrevistado, Jorge Andrés Vallejo*



**Fuente:** (Vallejo, 2022).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

#### **1. ¿Qué papel juegan las redes sociales dentro de la difusión cultural?**

Creo que se han convertido en un medio más directo y global para difundir información sobre arte, grupos étnicos, noticias, todo esta globalizado, no es tan limitado como lo puede llegar a ser un periódico o un medio televisivo. Es importante que en el entorno cultural haya una difusión por sus propios grupos étnicos o culturales.

#### **2. ¿Cómo evalúa el tipo de periodismo cultural que se realiza en torno a la danza folclórica ecuatoriana en redes sociales y medios?**

Muy limitado, la verdad es que yo que me manejo dentro del medio televisivo y casi que no veo información que tenga que ver con estos tipos de movimientos culturales folclóricos. Siento que son nichos pequeños que hacen información para su limitado público o su target. Ejemplo: grupo folclórico de danza afroamericana hace contenido solo para su

entorno étnico o grupo folclórico. Yo que trabajo en un programa, prácticamente, pluricultural como lo es “Te veo Ecuador” transmitidos por Teleamazonas, se ve muy poco este empuje e iniciativa por parte de los mismos grupos étnicos. No solo se debe enforcar en los mismos grupos, sino que se debe globalizar y dar mayor difusión a sus noticias.

**3. ¿Qué barreras usted considera impiden una constante difusión periodística de las danzas folclóricas ecuatorianas?**

La barrera creo que la impone la misma agrupación étnica. Como lo dije hace un momento, se dirigen solamente a su misma raza. Considero que no dejan cruzar esa barrera en que nosotros los mestizos seamos parte de su grupo. Justamente hace un par de meses entrevistamos a un grupo de danza folclórica afroamericana, y entre todos quienes conformaban el grupo solo había una persona de piel clara. O es que nosotros no vamos hacia a ellos o ellos no permiten que nosotros vayamos hacia allá. Yo creo que la barrera de la limitación debería quitarse y ser más asertivos, equitativos, globalizar a todo el Ecuador, porque nosotros somos variados. No tenemos que sectorizarnos o hacer grupos sociales y simplemente movernos dentro de nuestro grupo social.

**4. ¿Qué opinión le merece que los grupos artísticos implementen un departamento de comunicación para el desarrollo y gestión de su contenido y comunicación en redes sociales?**

Perfecto, me parecería la mejor idea que tuvieran porque la verdad si hace falta más de conocer este tipo de información, de promocionar eventos, sería muy bonito. Yo recuerdo que el programa “Pluricultural” daba a mostrar sobre nuestras raíces ecuatorianas. Y es al enfoque al que se paga el programa actual en el trabajo. Usted enciende la tv y solo ve crónica roja, cosas negativas; mejor dicho, no solo en tv, hasta en la radio y otros medios que están ya cargados de muchas noticias negativas. Es bueno enfocarnos en el arte en general y deberían tener el departamento de comunicación para poder difundir de mejor manera su historia, porque cada grupo folclórico tiene su historia que contar.

**5. ¿Qué tipo de contenido funcional podrían generar las agrupaciones folclóricas en sus redes sociales para rescatar y mejorar su engagement con la comunidad joven?**

Puedes generar blogs informativos, historias o contenido directamente para los usuarios o generar un contenido que el usuario sea quien genere el mismo contenido. Incluso el uso de memes que no solo sea chistoso, sino que enseñen o muestren un mensaje. Hasta hacer live se

puede hacer para que las personas interactúan. Las redes sociales son infinitas y podemos generar mucho contenido. Hoy en día, TikTok es unas de las redes más influyentes y yo, justamente, no he visto alguna agrupación de danza en esta red social. Por ejemplo, yo sigo agrupaciones musicales o de danza y se graban bailando o publican lo que haces, pero no hay una interacción, está muerto. Como generador de contenidos yo trato de producir algo que la persona que mira el video necesite ver más. Yo si creo que deben ser más interactivos con sus redes sociales y entender que se debe realizar contenido para cada red social, no distribuir el mismo para todas.

**3.6.11. Wilman Ordoñez - Historiador, escritor y folklorista. Director Cía. Retrovador**

**Figura 28.**

*Sexto entrevistado, Wilman Ordoñez*



**Fuente:** (El Diario EC, 2017).

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

**1. ¿Qué papel juegan las redes sociales dentro de la difusión cultural?**

1. Sí, cultura es todo lo que tú y yo, lo que todos nosotros creamos y recreamos al interactuar con nuestro medio físico social e intelectual. De por sí la tecnología es parte de la construcción cultural moderna porque brinda herramientas técnicas que nos permiten a nosotros acceder a una información actualizada. Pero no obstante hay que enhebrar muy fino, cuando se trata de ¿Qué papel juegan estos medios en la divulgación de aspectos de la cultura?, van más allá de la tecnología y que se identifica tres cosas fundamentales: la memoria, la identidad y a la sociedad. Entonces déjame decirte, que es muy incipiente, porque la tecnología, o quienes crearon esta industria, la crearon más para el entretenimiento también para vaciar en

nosotros o para sumar en nosotros contenidos ajenos a la identidad a la memoria y a la misma sociedad afirmativa de una cultura que define elementos del cual sentirnos completamente orgullosos. Quiero decir que juega un papel aún no claro, muy incipiente, no de protagonismo, juega todavía un papel silencio o de auto silenciamiento de estos aspectos que definen el ser ecuatoriano en la diversidad.

## **2. ¿Cómo evalúa el tipo de periodismo cultural que se realiza en torno a la danza folclórica ecuatoriana en redes sociales y medios?**

Las consideró como pésimo y no hay crítica de danza folclórica, pero para ello hay que formar a los periodistas culturales que tengan la gran capacidad de poderse bajar de una forma muy sensible a una muy humana. A naturalizar otro tipo de dispositivo cultural para poderlo divulgar a través de las redes a través de los medios. Acaso en la universidad les enseñaron a ustedes qué es importantísimo estudiar la danza folclórica, para poder luego crear pensadores en danzas, críticos, teatrales de la danza. A las academias no les importa crear profesionales así. Puedo estar equivocado pero las estadísticas dicen lo contrario, porque si tú revisas los medios y las mismas redes en general, dime hay una revista dedicada, especializada desde el periodismo cultural folclórico ecuatoriano. La revista del folklore ecuatoriano es una revista de especialistas en Antropología en coreología, en musicología, en pictografía tradicional etcétera esas dos revistas las creó el gran folclorólogo, antropólogo, físico “Paulo de Carbaloneto”

Se queda el espacio del entretenimiento por eso Shakira tiene ventaja y grupo folclórico como los nuestros están en completísimas desventajas aun cuando el universo nos dio un gran espacio para la divulgación de nuestras danzas.

## **3. ¿Qué barreras usted considera impiden una constante difusión periodística de las danzas folclóricas ecuatorianas?**

Repito, es que no hay una industria Cultural, porque no hay un consumo cultural y no hay productos y dispositivos para hacer circular el mismo. Al no haber una industria, quién se preocupa, ¿la empresa pública o privada?, nosotros vivimos del arte. A nosotros nos contratan porque nos hicimos respetar, con el tiempo y con los productos de calidad que nosotros vendemos. Nosotros tenemos que esperar las fiestas o cualquier otra cosa para poder ser contratados porque gratis no voy a ningún lado, o sea, gratis no. El folklore es una distracción todavía para las empresas públicas, las empresas del estado mismo. Por qué crees que hacen de esto un hecho cultural fosilizado, por qué crees que hacen museos de artesanías populares para

mantener esos objetos fosilizados, muertos sin vida y no hacen de estos museos unos vivos para la recreación de las artes vivas de las culturas, porque no es rentable entonces. Ellos creen que no es rentable, para ellos, porque para mí es rentable, yo vivo de esto, para mí es rentable. Dónde están las Industrias creativas las Industrias de producción, innovación, no hay un instituto, no hay una academia, a la misma universidad le vale.

**4. ¿Qué opinión le merece que los grupos artísticos implementen un departamento de comunicación para el desarrollo y gestión de su contenido y comunicación en redes sociales?**

Es lo ideal, pero con qué plata. Pregúntales a todos pues si acaso están subsidiados por el estado. Hay un proyecto del Estado hoy que se llama teatro del barrio y lo está ganando muy poca gente y casi todos los recursos se quedan centralizados en Quito, los recursos para las artes del país se quedan centralizadas en Pichincha con el 60, 70% de toda la plata. Porque nosotros los Costeños somos de aquellos que, si no nos lo dejamos todo y se acabó, en cambio los de Quito tienen una cultura burocrática de arraigo nacen crecen, se desarrollan, se reproducen y heredan a las siguientes generaciones. Acaso tu Universidad y la escuela de periodismo tiene ese departamento, tiene pregúntales a ellos, a la decana, o a la rectora. Por qué no empiezan con el ejemplo, la academia debe empezar con el ejemplo, para los que salen allí de periodistas sepan que de verdad la realidad no es teórica, es práctica y es verdadera. Todos los que salen de la universidad salen estudiando bellos libros los que de verdad se los meten en el mate, pero cuando te enfrentas a la realidad es otra, la cultura es otra no es absolutamente nada de lo que te enseñan en la universidad.

**5. ¿Qué tipo de contenido funcional podrían generar las agrupaciones folclóricas en sus redes sociales para rescatar y mejorar su engagement con la comunidad joven?**

Buscar una estrategia nueva, reveladora, disruptiva e interesante, que los acerque a ellos a un pasado histórico que desconocen por completo, no porque ellos han querido sino porque el estado nunca se lo ofertó. Porque no hay una política pública, porque no hay un sistema educativo, que los haya acercado a esa historia. Porque no ha habido industrias que les hagan sentir orgullosos de esa historia y etc.

Creo que crear productos o dispositivos, que tengan lo de la cultura de ellos, y a la par la cultura tradicional. Para que se interesen en esto y puedan pensar que esto se hace de una



forma muy lúdica y divertida, creo que hemos perdido la alegría y la diversión desde la mirada de la cultura.

### 3.6.12. Análisis de entrevistas con expertos

**Tabla 37.**

*Análisis del cuestionario de expertos*

---

1. ¿Qué papel juegan las redes sociales dentro de la difusión cultural?	De acuerdo con la primera pregunta, muchos de los entrevistados afirman que usar las redes sociales para difundir contenidos culturales, es una gran alternativa, pero este criterio también destaca que es necesario saber elegir la herramienta necesaria para realizar estos contenidos. Así mismo, se menciona que los periodistas deben de interesarse muchos más por conocer todos los aspectos que implican el periodismo cultural y diferenciarlo del periodismo de entretenimiento. Una vez aclarado esta diferencia, será muy práctico que los mismos medios y periodistas, incluso universitarios, comiencen a usar redes sociales para culturizar y educar a una sociedad que desconoce el significado del arte, cultura y danza folclórica.
2. ¿Cómo evalúa el tipo de periodismo cultural que se realiza en torno a la danza folclórica ecuatoriana en redes sociales y medios?	En esta pregunta, se evaluó al periodismo cultural como un espacio muy limitado en el cual se necesita invertir más investigación por parte de los periodistas, ya que este es más visible cuando se muere algún exponente importante de la cultura ecuatoriana. De la misma forma se expone la poca preparación del periodista para poder hacer

---

	coberturas de este tipo, puesto que los académicos no orientan a los alumnos con este tipo de temas
<p>3. ¿Qué barreras usted considera impiden una constante difusión periodística de las danzas folclóricas ecuatorianas?</p>	<p>Según los expertos, una de las principales barreras de difusión cultural se debe a que no existe una industria cultural establecida, ya que este arte es considerado como poco rentable y a su vez poco interesante para la audiencia. Otras de las barreras que impedirían que el contenido cultural se difunda se debería a los mismos grupos folclóricos, puesto que ellos se dirigen a sus propios miembros. Mientras que una de las recomendaciones que se efectuaron, fue realizar una investigación profunda para erradicar el desconocimiento de lo que la identidad cultural implica y así difundir este tipo de temas que permiten la educación de la audiencia</p>
<p>4. ¿Qué opinión le merece que los grupos artísticos implementen un departamento de comunicación para el desarrollo y gestión de su contenido y comunicación en redes sociales?</p>	<p>Esta pregunta fue muy controversial. Para expertos en redes sociales, antropólogos y periodistas concordaron en que era muy importante que las agrupaciones dispongan de un equipo o, al menos, una persona encargada de gestionar las redes sociales. Porque es en ese mundo que se encuentra inmersa la nueva generación y, por ende, el nuevo público al cual capturar. Aunque, para expertos del folclor, sí, es ideal, es lo correcto, pero el problema inicia en la falta de recursos. Es decir, en una función la mayoría del dinero recaudado es para pagar la locación. Para ellos, esto se debe a que el gobierno o empresas privadas no les resulta rentable apoyar al sector cultural. Entonces como iniciar un departamento, cuando se debería pagar personal.</p>
<p>5. ¿Qué tipo de contenido funcional podrían generar las</p>	<p>Para los expertos, definir un tipo de contenido es inaudito, ya que por algo existen muchos, algunos ideales o mejores para el sector cultural. Sin</p>

---

agrupaciones folclóricas en sus redes sociales para rescatar y mejorar su engagement con la comunidad joven? embargo, enfatizan en que las agrupaciones bajo estudio deberían optar por manejar TikTok por su rapidez, inmediatez y el alto nivel de alcance que hoy en día tiene. Es más, resaltan que la información no debe ser reciclada para todas las plataformas, si no, que se debe crear un plan de estrategias de marketing y contenidos para cada una de ellas. Por otro lado, mencionaron que es importante que la forma en cómo se proyecten no debe ser simple, si no lúdica y divertida con el fin que desde los más jóvenes logren conectarse con el arte del baile.

---

**Fuente:** Entrevistas aplicadas

**Elaborado por:** Eras Maiza y Moreno Alfonso (2023)

## CONCLUSIONES

El proyecto de investigación se realizó gracias al análisis de contenido web y a las entrevistas efectuadas a expertos y representantes de las agrupaciones designadas. Por el que es posible desglosar las siguientes conclusiones:

- Dentro de los referentes teóricos se escogió a la Dra. Mirta Bialogorski, especialistas en temas culturales e interculturales. Expresando que el folklore esta doblemente vinculado a las distintas aristas que desglosa la cultura. Así mismo, se contó con el aporte de expertos en comunicación en redes sociales como: Alonso del Berrio, mencionado en el libro de Interactividad y redes sociales y Nicole Ellison, quien escribió para la revista de comunicación de la Universidad de California, Berkeley
- Al examinar las redes sociales de ambas agrupaciones bajo estudio se percibe que la divulgación cultural que se realiza, pese a ser correcta, carece de una relación entre usuario y emisor. Por lo que se concluye en que es factible implementar o asignar un equipo de personas que gestionen la comunicación en redes y pueden mejorar las métricas a través de estrategias de comunicación elaboradas en base a los objetivos que se quieren conseguir.
- En base a los resultados que se obtuvo en las entrevistas, se concluye en que las agrupaciones deben considerar en planificar un contenido específico para cada red social. Porque, no siempre, los mismos seguidores de Facebook son los de Instagram. En segundo lugar, no se debe hacer solo uso de fotografías, más bien, en Facebook e Instagram, se debería hacer mayor uso de vídeo reels o vídeos cortos con temas de interés para la comunidad que los sigue. Una imagen no transmite lo mismo que un vídeo.
- Finalmente, en el desarrollo del proyecto se pudo palpar y afirmar, que el periodismo cultural carece de alcance con la sociedad, por ende, la mayoría de los ecuatorianos al no presenciar una difusión constante no tiene interés alguno en conocer sobre sus raíces.

## RECOMENDACIONES

En primeras instancias se recomienda que el arte de la educación cultural no se pierda conformen pasen los años de estudios, más bien, se profundicen para que ecuatorianos que se formen como futuros profesionales conozcan la historia del país que los acogió desde que nacieron.

De manera similar, es de vital importancia hacer mayor contacto con los artistas que, en muchas ocasiones, dejan el nombre de nuestra patria en lo más alto, a nivel internacional. Pero para ello, es importantísimo que medios tradicionales y digitales inicien una campaña permanente de difusión cultural para rescatar la cultura de la danza ecuatoriana.

Por otra parte, a las agrupaciones que estuvieron bajo estudio se les recomienda mejorar sus estrategias de contenidos y marketing. Sobre todo, no solo publicar fotografías o vídeos publicitarios, si no, ensanchar la barrera digital y comenzar a educar a los cibernautas, con el fin de crearles la necesidad de saber más.

A causa de que la constancia en redes sociales es uno de los secretos más importantes para que una agrupación pueda darse a conocer más allá de su propio entorno. Cuando más cuidado se tiene con la información que se difunda, cuanto más valor tenga, el público crecerá y se volverá fiel.

Para finalizar, se recomienda que universitario como nosotros, demos el primer paso de erradicar el desconocimiento y el desinterés; y auto culturizarnos para que no perdamos identidad cultural, nuestro mejor sello de distinción ecuatoriana.

## Referencias Bibliográficas

- Ellison, N., & Boyd, D. (1 de octubre de 2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230. Obtenido de <https://academic.oup.com/jcmc/article/13/1/210/4583062>
- Aguilar-Chasipanta, W., Bayas-Cano, A., Valarezo-Mendoza, E., & Galarza-Guamanquispe, C. (1 de junio de 2017). Danza folklórica ecuatoriana: estudio comparativo para mejorar su enseñanza. *Educación Física y Ciencia*, 19, 1-8. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4399/439952932009.pdf>
- Alarcón de la Torre, E. (2017). *ESTRATEGIAS Y USOS DE LAS REDES SOCIALES EN UNA EMPRESA. UN CASO DE ESTUDIO*. Obtenido de Repositorio de la UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA: <https://docplayer.es/66756444-Estrategias-y-usos-de-las-redes-sociales-en-una-empresa-un-caso-de-estudio.html>
- Alonso del Barrio, E. (2014). Usos y funciones de las redes sociales en los medios nativos de tabletas. En A. F. Paradas, *Interactividad y Redes Sociales* (pág. 558). Madrid: ACCI (Asoc. Cultural y Científica Iberoameric.). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=655057>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (20 de octubre de 2008). Constitución de la República del Ecuador. *Constitución de la República del Ecuador*. Quito, Pichincha, Ecuador: Asamblea Nacional del Ecuador. Obtenido de <https://www.cosede.gob.ec/wp-content/uploads/2019/08/CONSTITUCION-DE-LA-REPUBLICA-DEL-ECUADOR.pdf>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (25 de junio de 2013). Ley Orgánica de Comunicación. *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito, Pichincha, Ecuador: Asamblea Nacional del Ecuador. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (30 de diciembre de 2016). Ley Orgánica de Cultura. *Ley Orgánica de Cultura*. Quito, Pichincha, Ecuador: Asamblea Nacional. Obtenido de [https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2\\_LEY\\_ORGANICA\\_DE\\_CULTURA\\_julio\\_2017.pdf](https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2_LEY_ORGANICA_DE_CULTURA_julio_2017.pdf)
- Barrera Aldave, B. (abril de 2015). *Benemérita Universidad Autónoma de Puebla*. Obtenido de Repositorio de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla: <https://repositorioinstitucional.buap.mx/handle/20.500.12371/9134>
- BBC News Mundo. (8 de junio de 2019). *BBC*. Obtenido de BBC: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-48558989>
- Bedón Almeida, M. J. (15 de mayo de 2014). *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/7400?locale=de>
- Beltrán, J. (17 de noviembre de 2021). *El Universo*. Obtenido de Eduardo Varas presenta su novela 'Esas criaturas': La justicia se ha convertido en un ejercicio de poder: <https://www.eluniverso.com/entretenimiento/eduardo-varas-presenta-esas-criaturas-una-novela-que-clama-justicia-ante-un-abuso-sexual-nota/>

- Bialogorski, M. (1998). Folklore y Antropología: Campos, Delimitación y Autonomía. Enfoques Antropológicos y Folkloricos en los Estudios Étnicos. (págs. 550-553). Temuco: III Congreso Chileno de Antropología. Colegio de Antropólogos de Chile A. G. . Obtenido de <https://www.aacademica.org/iii.congreso.chileno.de.antropologia/69>
- Branding, M. (2021). *Marketing en Redes Sociales 2021*. Babelcube Inc. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books/about/Marketing\\_en\\_redes\\_sociales\\_2021.html?id=PA4uEAAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.ec/books/about/Marketing_en_redes_sociales_2021.html?id=PA4uEAAAQBAJ&redir_esc=y)
- Carvalho-Neto, P. (1964). *Diccionario del folklore ecuatoriano. Tratado del Folklore Ecuatoriano I*. Quito: Casa de la Cultura Ecuatoriana.
- Castañer Balcells, M. (2002). *Expresión corporal y danza*. Barcelona: INDE Publicaciones. Obtenido de <https://books.google.com.co/books?id=i6koXKSGv9QC&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
- Celaya, J. (2008). La empresa en la web 2.0. En J. Celaya, *LA EMPRESA EN LA WEB 2.0: EL IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES Y LAS NUEVAS FORMAS DE COMUNICACION EN LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL* (pág. 286). Grupo planeta.
- Centro Cultural Tradi Arte . (8 de septiembre de 2022). *TradiArte\_EC*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/CiQJN92uPoE/>
- Centro Cultural Tradi Arte. (23 de septiembre de 2022). *TradiArte\_EC*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/Ci4EfKINzxc/>
- Centro Cultural Tradi Arte. (15 de octubre de 2022). *TradiArte\_EC*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/CjwGmnlp5GW/>
- Centro Cultural Tradi Arte. (4 de noviembre de 2022). *TradiArte\_EC*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/Ckjzf1Ljbx2/>
- Centro Cultural Tradi Arte. (14 de diciembre de 2022). *TradiArte\_EC*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/CmK5WrZpV90/>
- Chávez Silva, G. (1 de diciembre de 2022). *DANZA Y FOLKLORE*. Obtenido de Scribd: <https://es.scribd.com/document/267069275/DANZA-Y-FOLKLORE-1-pdf#>
- Chiguano Romero, A. N., & Morillo Quiroz, K. T. (2021). *Repositorio digital de la Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de Universidad Central del Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/24595>
- Ciuffoli, C., & López, G. (2010). Facebook como paradigma de la alfabetización. En A. PISCITELLI, I. ADAIME, & I. BINDER, *EL PROYECTO FACEBOOK Y LA POSUNIVERSIDAD* (pág. 111). Obtenido de <https://www.semanticscholar.org/paper/Facebook-como-paradigma-de-la-alfabetizaci%C3%B3n-en-de-L%C3%B3pez-Ciuffoli/bec262e78ce6f80af8978cd868d42224be5005c2>
- Consejo de Comunicación. (30 de junio de 2021). *Consejo de Comunicación*. Obtenido de Consejo de Comunicación: [https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/06/TABLA\\_DE\\_DATOS\\_GENERAL\\_30\\_06\\_2021.pdf](https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/06/TABLA_DE_DATOS_GENERAL_30_06_2021.pdf)
- Consejo de Comunicación. (2021). *ISTADO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL - REGISTRO PÚBLICO DE MEDIOS 2021*.

- Consejo Nacional para la Igualdad de Pueblos y Nacionalidades. (18 de mayo de 2022). *Pueblos y Nacionalidades*. Obtenido de Consejo Nacional para la Igualdad de Pueblos y Nacionalidades: <http://www.pueblosynacionalidades.gob.ec/wp-content/uploads/2022/05/Boletin-18may22.docx.pdf>
- CORPDANFOLPG. (2022). *CORPDANFOLPG-Luis Gómez Arauz*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/CORPDANFOLPG-Luis-G%C3%B3mez-Arauz-582114362465923>
- Cortazar, A. R. (24 de Agosto de 1959). *Esquema del folklore*. Columba. Obtenido de Folklore Tradiciones : <https://www.folkloretradiciones.com.ar/folklorecientifico/documentos/COMO%20RECONOCER%20LOS%20FENOMENOS%20FOLKLORICOS.pdf>
- Cruz, C. (2021). *Lanzamiento del marketing de bots de Facebook Messenger: Cómo aprovechar esta plataforma emergente para hacer crecer su público objetivo*. Independently Published. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=FNctEAAAQBAJ&pg=PT2&lpg=PT2&dq=Lanzamiento+del+marketing+de+bots+de+Facebook+Messenger:+C%C3%B3mo+aprovechar+esta+plataforma+emergente+para+hacer+crecer+su+p%C3%BAblico+objetivo&source=bl&ots=QID5SbeQco&sig=ACfU3U2ZJ-6>
- Del Alcazar Ponce, J. P. (22 de Abril de 2021). *Mentinho*. Obtenido de Mentinho: <https://blog.formaciongerencial.com/estadodigitalecuador2021/>
- Del Alcazar Ponce, J. P. (22 de Abril de 2021). *Mentinho*. Obtenido de Mentinho: <https://blog.formaciongerencial.com/estadodigitalecuador2021/>
- Delgado Farroñay, A. A. (2019). *Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo*. Obtenido de Red de bibliotecas de ODUICAL: <https://bibliotecadigital.oducal.com/Record/ir-20.500.12423-3112>
- Delponti Macchione, P., & Pestano Rodríguez, J. M. (2012). El papel del periodismo cultural en la construcción simbólica de un imaginario social globalizado. *IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, 2*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4406797>
- Diario El Norte. (22 de 08 de 2018). *Diario El Norte*. Obtenido de Diario El Norte: <https://www.elnorte.ec/22-de-agosto-dia-mundial-del-folclor/#:~:text=La%20UNESCO%20declar%C3%B3%20que%20cada,us%C3%B3%20el%20t%C3%A9rmino%20E2%80%9CFolclor%E2%80%9D>
- Díaz Bravo, L., Torruco García, U., Martínez Hernández, M., & Varela Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica, 2(7)*, 162-167. Recuperado en 31 de enero de 2023, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-50572013000300009&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009&lng=es&tlng=es)
- Díaz G., V. L. (2005). Sobre el folklore en la actualidad y la pluralidad en la lectura. *Ocnos: Revista de Estudios sobre Lectura(1)*, 35-41. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=259120382003>



- Ecuador en directo. (2 de febrero de 2021). *Ecuador en directo*. Obtenido de <https://ecuadorendirecto.com/2021/02/02/resguardo-policial-y-respaldo-de-la-sociedad-interamericana-de-prensa-para-dayanna-monroy/>
- El Diario EC. (23 de noviembre de 2017). *El Diario EC*. Obtenido de El Diario EC: <https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/455285-wilman-ordonez-un-montuvio-del-puerto/>
- El Universo. (10 de septiembre de 2014). *El Universo*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/vida-estilo/2014/09/10/nota/3805811/baile-tejido-cintas/>
- El Universo. (8 de octubre de 2018). *El Universo*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/10/08/nota/6990599/comunidad-kichwa-busca-recuperar-danza-abagos/>
- EL UNIVERSO. (25 de OCTUBRE de 2019). *EL UNIVERSO*. Obtenido de EL UNIVERSO: <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/25/nota/7575452/cuantas-nacionalidades-pueblos-indigenas-hay-ecuador/>
- Escuela de Folklore José María Arguedas (oficial). (12 de octubre de 2011). *Escuela de Folklore José María Arguedas (oficial)*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/ENSFJMA/>
- Estupiñán Quiñones, N., & Agudelo Cely, N. (2008). Identidad cultural y educación en Paulo Freire: reflexiones en torno a estos conceptos. *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*, 25-40. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/869/86901003.pdf>
- Facebook. (30 de octubre de 2018). *Herramientas de Facebook para la Cultura*. Obtenido de Federación Estatal de Asociaciones de Empresas de Teatro y Danza: <https://www.facebook.com/business/foresight/culture-and-trends>
- FAEDETA . (Noviembre de 2021). *Federación Estatal de Asociaciones de Empresas de Teatro y Danza*. Obtenido de Federación Estatal de Asociaciones de Empresas de Teatro y Danza: <https://www.faedeta.org/es/lanzamiento-de-apoyando-a-nuestra-cultura/>
- Fraternidad Folklórica S.G. (9 de agosto de 2022). *FraternidadFolklorica*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/ChDQGL1OPP4/>
- Fraternidad Folklórica S.G. (30 de septiembre de 2022). *FraternidadFolklorica*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/CjJAs0IA1FQ/>
- Fraternidad Folklórica S.G. (19 de octubre de 2022). *FraternidadFolklorica*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/Cj54zMIA4tL/>
- Fraternidad Folklórica S.G. (5 de diciembre de 2022). *FraternidadFolklorica*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/Clzg0z5t5wY/>
- Fraternidad Folklórica y Cultural San Geronimo . (27 de agosto de 2022). *Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo* . Obtenido de Facebook: [https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=883263333078835&id=104079404330569](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=883263333078835&id=104079404330569)
- Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo . (18 de octubre de 2022). *Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo* . Obtenido de Facebook: [https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=400058995653614&id=100069485500865](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=400058995653614&id=100069485500865)

- Fraternidad Folklórica y Cultural San Geronimo. (9 de septiembre de 2022). *Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo*. Obtenido de Facebook: <https://fb.watch/imZlfUHZcR/>
- Fraternidad Folklórica y Cultural San Geronimo. (5 de diciembre de 2022). *Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo*. Obtenido de Facebook: [https://fb.watch/im\\_u5N836J/](https://fb.watch/im_u5N836J/)
- Fraternidad Folklórica y Cultural San Geronimo. (21 de diciembre de 2022). *Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo*. Obtenido de Facebook: [https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=446730270986486&id=100069485500865](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=446730270986486&id=100069485500865)
- Fundación BBVA. (21 de Agosto de 2020). *Fundación BBVA*. Obtenido de BBVA: <https://fundacionbbva.pe/nota/el-dia-mundial-del-folclore-para-celebrar-la-identidad-y-la-cultura/>
- Fundación Gabo. (14 de Diciembre de 2020). *Fundación Gabo*. Obtenido de Fundación Gabo: <https://fundaciongabo.org/es/noticias/articulo/5-claves-para-hacer-periodismo-cultural-innovador-segun-jorge-carrion>
- García Ruso, H. M. (1997). *La danza en la escuela*. Barcelona: Inde Publicaciones. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=s3EdPFYs6\\_8C&oi=fnd&pg=PA15&dq=GARC%C3%8DA,+H.+\(2003\)+danza+es+la+expresi%C3%B3n&ots=dUcHIHE22Q&sig=TKdA9qLTlrWQfxhdS58yf6sjRi4#v=onepage&q=GARC%C3%8DA%2C%20H.%20\(2003\)%20danza%20es%20la%20expresi%C3%B3n&f=tr](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=s3EdPFYs6_8C&oi=fnd&pg=PA15&dq=GARC%C3%8DA,+H.+(2003)+danza+es+la+expresi%C3%B3n&ots=dUcHIHE22Q&sig=TKdA9qLTlrWQfxhdS58yf6sjRi4#v=onepage&q=GARC%C3%8DA%2C%20H.%20(2003)%20danza%20es%20la%20expresi%C3%B3n&f=tr)
- Grijalva, A. (2008). El Estado Plurinacional e Intercultural en la Constitución Ecuatoriana del 2008. *ECUADOR DEBATE*, 49-62. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/4170/1/RFLACSO-ED75-04-Grijalva.pdf>
- Herrera Díaz, S., & Monge Amores, E. (2012). El Danzante, icono cultural de la fiesta de las octavas de Corpus Christi de Pujilí. *Kalpana*(8), 5-13. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4095242>
- Hosagrahar, J. (2017). La cultura, elemento central de los ODS. *El correo de la UNESCO*, 12-14. Obtenido de El Correo de la Unesco: Un solo mundo, voces múltiples : <https://es.unesco.org/courier/april-june-2017/cultura-elemento-central-ods>
- Hütt Herrera, H. (26 de junio de 2012). LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN. *Reflexiones*, 91(2), 121-128. Obtenido de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/reflexiones/article/view/1513#:~:text=LAS%20REDES%20SOCIALES%3A%20UNA%20NUEVA%20HERRAMIENTA%20DE%20DIFUSI%C3%93N,-Art%C3%ADculos&text=Las%20redes%20sociales%20han%20marcado,una%20comunicaci%C3%B3n%20interactiva%20y%20d>
- Infobae. (6 de octubre de 2022). *Infobae*. Obtenido de <https://www.infobae.com/historias/2022/10/06/los-12-anos-de-instagram-la-primera-foto-y-la-novia-de-uno-de-los-fundadores-que-pidio-los-filtros/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (ENERO de 2022). *INEC*. Obtenido de INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Kevin Systrom. (2012). *Instagram*. Obtenido de Instagram.

- Martínez Reyes, N. R. (2011). Identidad cultural y educación. *Diá-logos*, 8, 33-40. Obtenido de <http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/2055/1/3.%20Identidad%20cultural%20y%20educacion.pdf>
- Martínez, N. (2018). El Periodismo Cultural. *Kóot*(9), 63-68. Obtenido de <https://biblioteca2.utec.edu.sv/koot/index.php/koot/article/view/118>
- Medina, F. (21 de Diciembre de 2021). *Crehana*. Obtenido de <https://www.crehana.com/blog/marketing-digital/historia-de-facebook/>
- Ministerio de Cultura Argentina. (24 de 08 de 2018). *Ministerio de Cultura Argentina*. Obtenido de Ministerio de Cultura Argentina: [https://www.cultura.gob.ar/por-que-el-22-de-agosto-es-el-dia-internacional-del-folklore\\_6335/#:~:text=Fue%20el%20arque%C3%B3logo%20ingl%C3%A9s%20William,como%20el%20%22saber%20popular%22.](https://www.cultura.gob.ar/por-que-el-22-de-agosto-es-el-dia-internacional-del-folklore_6335/#:~:text=Fue%20el%20arque%C3%B3logo%20ingl%C3%A9s%20William,como%20el%20%22saber%20popular%22.)
- Montúfar Pomboza, K. P. (2011). *Pontificia Universidad Católica Del Ecuador*. Obtenido de Repositorio de la Pontificia Universidad Católica Del Ecuador: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/10783>
- Mosseri, A. (08 de junio de 2021). *About Instagram*. Obtenido de Instagram: <https://about.instagram.com/blog/announcements/shedding-more-light-on-how-instagram-works>
- Mullo Sandoval, J. (2009). *Música Patrimonial del Ecuador*. Quito: Fondo editorial del Ministerio de Cultura. Obtenido de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/52868.pdf>
- Murillo Baldeón, J. X. (2019). *Repositorio digital de la Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de Universidad Central del Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/19624>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2012). *UNESCO*. (A. y. Secretaría de Cultura, Ed.) Obtenido de Biblioteca digital de la UNESCO: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000228345>
- Parra López, R. (26 de octubre de 2010). *Revista Mexicana de Comunicación*. Obtenido de <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2010/10/26/facebook-la-reina-de-las-redes-sociales/>
- Pozo Calderón, E., Pozo Calderón, C., Pozo Calderón, J., & Calderón Torre, N. (2021). Los Estados de Excepción en el Ecuador durante la Pandemia de la Covid-19. *Revista de Ciencias de Seguridad y Defensa*, 6(2), 36-44. Obtenido de <https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/revista-seguridad-defensa/issue/view/228/205>
- Ronda Iglesias, J., & Alcaide, J. L. (2010). El periodismo especializado: el gran reto del periodista. *La dinámica periodística: perspectiva, contexto, métodos y técnicas*, 147-159. Obtenido de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/74193/Pages%20from%20Ambitos-10-7.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=El%20periodismo%20especializado%20permite%20profundizar,de%20un%20determinado%20%C3%A1mbito%20tem%C3%A1tico.>
- San Martín García, B. X. (noviembre de 2018). *Repositorio de la Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/29028>

- Tesouro Cid, M., & Puiggalí Allepuz, J. (2004). Evolución y utilización de internet en la educación. *Revista de Medios y Educación*(24), 59-67. Obtenido de <https://recyt.fecyt.es/index.php/pixel/article/view/61231>
- Tradi Arte. (30 de agosto de 2022). *Tradi Arte*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/tradi.arte/posts/3165410883672288>
- Tradi Arte. (9 de septiembre de 2022). *Tradi Arte*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/tradi.arte/posts/495363025928627>
- Tradi Arte. (3 de octubre de 2022). *Tradi Arte*. Obtenido de <https://www.facebook.com/tradi.arte/posts/516571797141083En>
- Tradi Arte. (6 de noviembre de 2022). *Tradi Arte*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/watch/?v=1255058748610034>
- Tradi Arte. (22 de diciembre de 2022). *Tradi Arte*. Obtenido de Facebook: <https://fb.watch/imSja5sGzK/>
- Tradi Arte. (19 de octubre de 2023). *Tradi Arte*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/tradi.arte/posts/533322995465963>
- UNESCO. (11 de mayo de 2017). *UNESCO*. Obtenido de UNESCO Patrimonio Cultural Inmaterial: <https://ich.unesco.org/es/RL/msica-de-marimba-y-cantos-y-bailes-tradicionales-de-la-regin-colombiana-del-pacifico-sur-y-de-la-provincia-ecuatoriana-de-esmeraldas-01099>
- Vallejo, J. A. (22 de agosto de 2022). *eljotavallejo*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/Chk52ZQAlhW/>
- Zambrano Morales, M. G., & Villalobos Finol, O. (julio-diciembre de 2010). Presencia del periodismo cultural y de espectáculo en la prensa zuliana. *Anagramas - rumbos y sentidos de la comunicación*, 9(17), 72. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1692-25222010000200006#:~:text=La%20importancia%20de%20una%20presencia,educaci%C3%B3n%20y%20exaltaci%C3%B3n%20de%20los](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-25222010000200006#:~:text=La%20importancia%20de%20una%20presencia,educaci%C3%B3n%20y%20exaltaci%C3%B3n%20de%20los)
- Zambrano Morales, M. G., & Villalobos, O. F. (2010). Presencia del periodismo cultural y de espectáculo en la prensa zuliana. *ANAGRAMAS - UNIVERSIDAD DE MEDELLIN*, 72-73.

## ANEXOS

### **Anexo 1.**

*Cuestionario de preguntas para las entrevistas con los expertos*

#### **Cuestionario de preguntas para expertos**

6. ¿Qué papel juegan las redes sociales dentro de la difusión cultural?
7. ¿Cómo evalúa el tipo de periodismo cultural que se realiza en torno a la danza folclórica ecuatoriana en redes sociales y medios?
8. ¿Qué barreras usted considera impiden una constante difusión periodística de las danzas folclóricas ecuatorianas?
9. ¿Qué opinión le merece que los grupos artísticos implementen un departamento de comunicación para el desarrollo y gestión de su contenido y comunicación en redes sociales?
10. ¿Qué tipo de contenido funcional podrían generar las agrupaciones folclóricas en sus redes sociales para rescatar y mejorar su engagement con la comunidad joven?

## **Anexo 2.**

*Cuestionario de preguntas para entrevistas con integrantes de agrupaciones dentro del estudio*

### **Cuestionario de preguntas para directivos e integrantes de las agrupaciones Fraternidad Folklórica y Cultural San Gerónimo y el Centro cultural Tradi Arte**

1. ¿Qué papel juega la identidad cultural de los pueblos ecuatorianos en la creación de su agrupación?
2. ¿Cuáles son los elementos culturales que mayor impacto tienen en la divulgación de sus presentaciones?
3. ¿Cómo estructuran una historia desde la danza para plasmarla en redes sociales?
4. ¿A través de que estrategias comunicacionales su agrupación contribuye a que los ecuatorianos reconozcan sus culturas ecuatorianas?
5. ¿Qué acciones comunicacionales ustedes recomendarían para promover los contenidos culturales de los grupos folclóricos de danza?

**Anexo 3.**

*Entrevistas a expertos*



## Anexo 4.

### *Entrevistas a agrupaciones dentro del estudio*

