

## Capítulo VII

### Cultura cuencana y redes sociales

Freddy Parra-Sigüencia  
Johny Cabrera-Ruiz  
Paolo Romero-Arévalo

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

PARRA-SIGÜENCIA, F., CABRERA-RUIZ, J., and ROMERO-ARÉVALO, P. Cultura cuencana y redes sociales. In: TORRES-TOUKOUMIDIS, Á., and DE SANTIS-PIRAS, A., coord. *Los morlacos y las redes sociales* [online]. Quito: Editorial Abya-Yala, 2020, pp. 141-159. ISBN: 978-9978-10-534-4. <http://doi.org/10.7476/9789978105771.0008>.



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

CAPÍTULO VII

# Cultura cuencana y redes sociales

---

Freddy Parra-Sigüencia  
Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador  
<https://orcid.org/0000-0002-0952-2548>

Johny Cabrera-Ruiz  
Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador  
<https://orcid.org/0000-0002-0374-5193>

Paolo Romero-Arévalo  
Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador  
<https://orcid.org/0000-0003-4829-5066>

## Resumen

En esta investigación, se indaga cómo se transmite la cultura cuencana por medio de las redes sociales, en este caso Facebook, también se busca determinar cuál es su grado de influencia en ámbitos como el turismo, el entretenimiento y conocimiento, y cuáles son las herramientas más útiles para alcanzar esos fines planteados. Se parte la investigación desde páginas ya creadas con anterioridad,

que se dedican a esas labores de compartir sobre la cultura de Cuenca, que en su mayoría son personas adultas (mayores de 31), pero ¿qué piensan los jóvenes sobre utilizar una aplicación (Facebook) que está destinada al ocio para darle un fin educativo y cultural? ¿Están dispuestos a indagar y compartir en sus redes sobre temas relacionados a Cuenca? ¿Con qué frecuencia lo han hecho? Quiénes son más activos dentro de Facebook con relación a la cultura ¿los jóvenes que tienen más apego a las redes sociales? O ¿los adultos que tienen más apego y amor a la cultura? Se sondea los resultados para conocer por qué es más factible impartir la cultura y qué herramientas facilitarían su percepción, dejando de lado los textos largos y aburridos para evolucionar al *mass media*, mediante contenido multimedia, que ha sido muy favorable para dejar en alto a Cuenca y los cuencanos como lo ha venido haciendo, favoreciendo a la llegada de extranjeros y siendo galardonada en distintas ocasiones. Pero se encuentra con un grave problema, ¿qué tan fácil es encontrar publicaciones concisas sobre cultura, que llame la atención de todos para proceder a compartir?

**Palabras clave:** Cultura, actividades socioculturales, cambio cultural, cultura popular, turismo, contenido de la educación.

## Abstract

In this research, the study investigates how the culture of Cuenca is transmitted through social networks, in this case Facebook, and also seeks to determine its degree of influence in areas such as tourism, entertainment and

knowledge. The research starts from previously created pages, which are dedicated to these tasks of sharing about the culture of Cuenca, which are mostly adults (over 31), but what do young people think about using an application (Facebook) that is intended for leisure to give it an educational and cultural purpose? Are they willing to investigate and share in their networks about issues related to Cuenca? How often have they done it? Who are the most active within Facebook in relation to culture, the young people who are most attached to social networks? Or the adults who are more attached to and love culture? The results are polled to find out why it is more feasible to impart culture and what tools would facilitate its perception, leaving aside long and boring texts to evolve the Mass media, through multimedia content, which has been very favorable to leave Cuenca and the Cuencanos high as it has been doing, favoring the arrival of foreigners and being awarded on several occasions. But it encounters a serious problem, how easy is it to find concise publications on culture, which attract the attention of everyone to proceed to share?

**Keywords:** Culture, socio-cultural activities, cultural change, popular culture, tourism, educational content.

El hombre es un ser básicamente cultural y la cultura es una construcción del ser humano. Cada uno de nosotros nacemos en una cultura o también llamada comunidad de vida, al interior de la cual interiorizamos unas maneras de pensar, sentir y actuar muy particulares. Al mismo tiempo que la cultura nos constituye como seres humanos, somos nosotros los que hacemos que esa cultura se transmita, se

conserve o se transforme. Esto se produce por la acción comunicativa que se da al interior de cada comunidad de vida (Garzón-Vera, 2014, p. 24).

La cultura ha sido tornadiza con el tiempo, obligando a nuestros antepasados a adaptarse a los cambios y de igual manera sucede en la actualidad, vivimos en trance de adaptación y evolución. La cultura es la herencia que nos han transmitido nuestros predecesores, y de la misma manera nos ocuparemos de sembrar en nuestros sucesores la avidez de preservar el patrimonio tangible e intangible de la Atenas del Ecuador.

Al hablar de que la cultura ha sido tornadiza, hacemos mención a los cambios que se han registrado hasta el momento, cambios para bien y para mal, este contexto se inclina a los cambios que han hecho que la cultura evolucione y que trascienda de lo presencial a lo virtual, se ve reflejado la influencia de las redes sociales no solamente para conocer y hablar con personas; sino también para aprender y compartir lo aprendido (Herrán-Gómez et al., 2019).

Cuenca no se ha quedado atrás, ha tenido una transformación muy sustancial que se ve reflejado en su cultura, en su gente y sus tradiciones. Un claro ejemplo que se testimonia es en la dirección de cultura o el municipio cuando lanzaban un libro sacaban cierta cantidad finita, y quien no adquiriría el compendio a buena hora se quedaba sin poder conocer lo que esconde sus textos, ahora, la diferencia es que si se acaban encontrarás un ejemplar virtual abierto a todo el mundo de manera gratuita. Lo mismo sucede en el

campo artístico y teatral, hace algunos años los actores realizaban sus obras dentro de un teatro, luego las obras pasaron a ser en las calles y hemos visto que tales actividades se mudaron a las redes sociales, podemos gozar aquellas obras desde la comodidad de nuestra casa. En las ventas artesanales hemos evidenciado que lo que se comercia en la Plaza Rotary, Casa de la Mujer y similares, comerciantes han optado por ofrecer su orfebrería por plataformas de venta en línea, los sombreros, actividad principal de comercio en el siglo XX en Cuenca tampoco han sido la excepción, al momento de optar por los lineamientos virtuales.

Se han tomado estos ejemplos los cuales se extenderán en el desarrollo del capítulo, demostrando cómo ha sido este trance existente en varios ámbitos, que se ha centrado en la cultura, en Cuenca y en los cuencanos.

En esta crisis debido a la pandemia se ha acrecentado los campos virtuales en trabajo, educación, actividades deportivas y recreativas entre ella la cultura y con esto hemos evidenciado que los cuencanos sí estamos capacitados para dar este siguiente paso, en fin, si los cuencanos se encuentran competentes para esta evolución cultural, pero no queremos decir que esté al alcance de todos. Nuestro objetivo general será descubrir si la migración de la cultura a las redes sociales tiene una gran aceptación de los cuencanos, exteriorizar cuáles son sus predilecciones dentro de ellas y quiénes son sus mayores activistas.

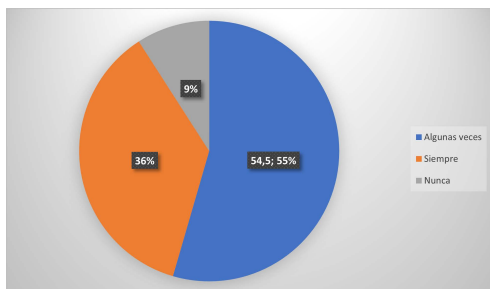
La cultura cuencana es un tema que cuando se menciona, parece interesar solamente a personas mayores afi-

nes al tema, descuidando el interés juvenil que puede existir allí detrás. En cambio, cuando hablamos de redes sociales inclinamos la balanza hacia los jóvenes descuidando el afecto que existe por parte de las personas mayores, pero ¿qué pasa si se une la cultura con las redes sociales?

Para conseguir los datos pertinentes que validen nuestra investigación, se ha recurrido a una herramienta de recolección de datos muy eficaz para el tema propuesto a abordar, empleando encuestas con escala de Likert utilizando una muestra equivalente 50:50 entre menores de 30 años (jóvenes) y mayores de 30 (adultos), se llevó a cabo un cuestionario con diez preguntas multivariantes políticas con el fin de aseverar si las personas mayores (31 años en adelante) son más activos en la divulgación de la cultura cuencana en Facebook.

De los encuestados, el 51,5% fueron hombres y 48,85% mujeres, dividimos las encuestas de manera parcial y equilibrada, el 50% de los encuestados fueron menores de 30 años, lo que en la investigación denominamos como jóvenes. El otro 50% fueron personas mayores de 31 años, que en la investigación se les designó como adultos.

**Figura 1**  
**¿Con qué regularidad usa Facebook para indagar sobre la cultura cuencana?**



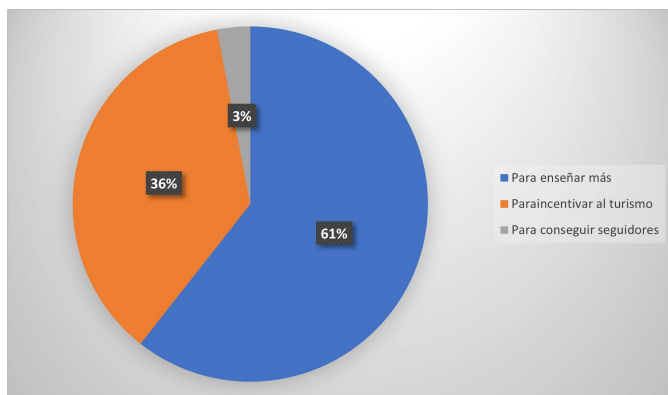
Fuente: Elaboración propia.

Facebook se define a sí misma como una herramienta social que te conecta con personas a tu alrededor. Esta red social sirve para conectarnos con amigos, compartir información, también es usada como pasatiempo y para hablar con personas de cualquier parte del mundo. Pero, al tener acceso a todo esto y mucho más ¿existen personas que lo usen para nutrirse culturalmente? El 54,5% de los encuestados respondieron usarlo algunas veces para indagar sobre cultura. Diversas opciones de Facebook que fueron muy usadas en su inicio han quedado obsoletas, porque han emergido nuevas aplicaciones que han sustituido funciones en los últimos años dejando la plataforma libre para aventurarse en nuevas ideas, un claro ejemplo son los medios de comunicación independientes, así mismo, la cultura ha tomado un gran impulso, y Cuenca no es la excepción, por ende, el 36,4% de los encuestados men-



cionan indagar regularmente sobre la cultura de la ciudad en esta red social.

**Figura 2**  
**¿Cuáles son los motivos que usted considera importantes para publicar sobre la cultura de Cuenca?**



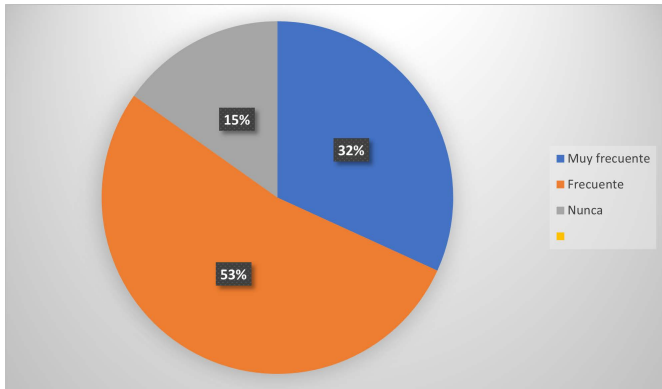
Fuente: Elaboración propia.

### Facebook:

Esta red no está diseñada para educar como tal, pero sí es un medio que genera mucho más aprendizaje, debido a que es una herramienta online que está al alcance de cualquier persona sea por medio de una Laptop, un Smartphone o Tablet. (Vargas, 2005, p. 48)

Los usuarios de Facebook consideran que el motivo principal para compartir sobre la cultura de Cuenca, está reflejado en la enseñanza debido a que existe datos extras que no son impartidos en las escuelas, colegios o encuentran una forma más sencilla de transmitir y recibir datos.

**Figura 3**  
**¿Con qué frecuencia ha encontrado publicaciones con referencia a la cultura cuencana?**



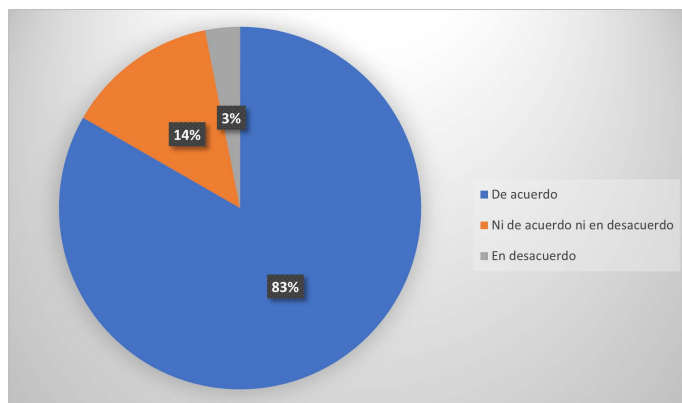
Fuente: Elaboración propia.

Se ha evidenciado la frecuencia con la cual se usa Facebook para compartir sobre la cultura, debido a que hay mayores activistas encargados de impartir su conocimiento.

Existen dos grupos representativos dedicados a la publicación de contenido sobre la cultura cuencana. La primera es Cuenca: “La Arcadia de los Andes y La Atenas del Ecuador” creada por el Dr. Andrés Tola, hasta la fecha contiene 2035 miembros, con mucha actividad diaria y el 80% de sus participantes activos son personas mayores a los 31 años. Otro grupo significativo es: “Cuenca, Memoria y Testimonio” creado por Adriano Augusto Merchán Aguirre, hasta el día de hoy tiene 5303 miembros, cabe recalcar que muchos de los que forman parte de este grupo, también son activos en el otro ya mencionado.

Asimismo, hay varias páginas dedicadas a la misma actividad, como: “La Cuenca de Antaño” y “Cuenca Patria Chica” del Dr. Felipe Durán Alemán o cuentas personales como la de Piotr Zalamea Zielinski, miembro del Colectivo Artístico del Teatro Barojo, en donde presencialmente dan las llamadas “rutas de leyendas” que en conjunto con la Arquidiócesis de Cuenca presentan actuaciones en la que imitan a personajes importantes dentro de la historia cuencana, no obstante, por el confinamiento migraron del teatro a las plataformas virtuales, en este caso Facebook, con transmisiones diarias en vivo, narrando historias y cuentos tradicionales.

**Figura 4**  
**¿Está de acuerdo que la cultura cuencana sea impartida por Facebook?**



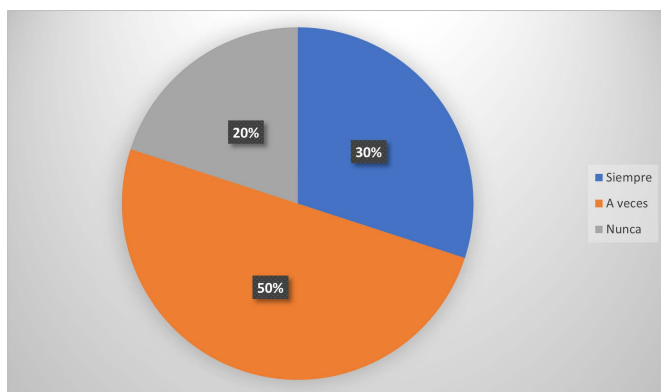
Fuente: Elaboración propia.

Existen diversas maneras de impartir información, rudimentariamente podemos hablar de libros, películas, artículos de revista, pero si el objetivo es llegar a los jóvenes, estas formas ya no se les hace muy llamativas, por lo que se debería innovar.

Es lo que se ha hecho con la cultura cuencana, y ha dado resultados muy buenos aparte de ahorrar costos es más viable para llegar a diversas personas.

Un claro ejemplo es el lanzamiento de compendios, cuando es físico se invierte en el local, en lo que van a servir a los invitados y obviamente en la impresión del libro (cantidades finitas), pero ahora el panorama sanitario nos ha obligado a tomar medidas repentinas, como los lanzamientos que se han realizado virtualmente, evitando los costes ya mencionados, el libro se lo libera en internet y de esta manera todos tienen acceso al mismo, los enlaces del compendio son publicados en Facebook (en donde se encuentra la mayoría de jóvenes). Es por eso que en la encuesta realizada el 83,3% aduce que la cultura debe ser impartida por las redes sociales, y este cambio significativo que se está dando seguirá evolucionando, por ende, en el futuro los jóvenes se guiarán y construirán su bagaje cultural de acuerdo a lo que encuentran en sus redes sociales (en este caso Facebook) por ser más accesible y cómodo.

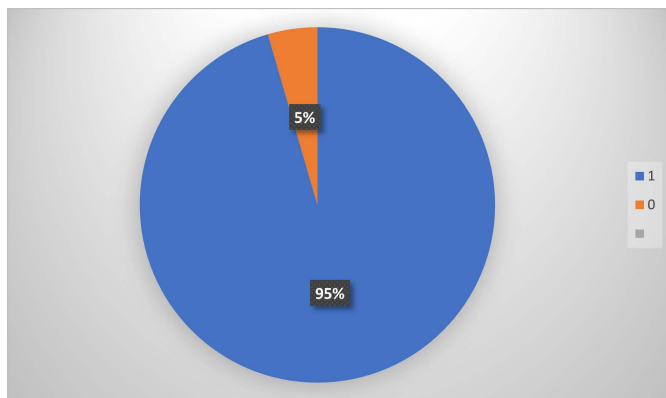
**Figura 5**  
**¿Ha publicado en su perfil de Facebook**  
**sobre la cultura cuencana?**



Fuente: Elaboración propia

Son pocas las páginas sobre cultura cuencana, de esa minoría su contenido se inclina más a las imágenes que contienen pequeñas referencias, que las hacen llamativas por su simpleza y concreción. El 45,5% de los sondeados, mencionan haber compartido algunas veces en sus perfiles de Facebook sobre Cuenca y su cultura, porque se han dejado llevar por las fotografías antiguas, que evidencian su arquitectura emblemática que caracteriza a Cuenca al pasar de los años.

**Figura 6**  
**¿Cree que se incentiva al turismo a Cuenca compartiendo información sobre su cultura en Facebook?**

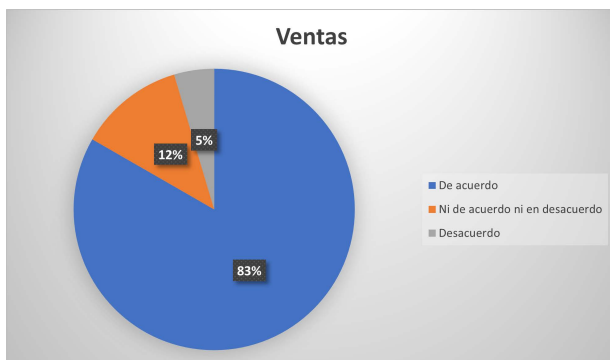


Fuente: Elaboración propia.

El 95,5% de los encuestados asumen la importancia de publicar sobre la cultura para incentivar el turismo. Cuenca ha participado en los *World Travel Awards* siendo ganadora por tres veces consecutivas (2017, 2018, 2019) con el premio “Mejor Destino de Vacaciones Cortas de Sudamérica”, la competición y los ganadores son elegidos por el público en la plataforma de organización en la que participan varios expertos en turismo, empresarios y viajeros.

Figura 7

¿Cree que la cultura se puede transmitir de una manera más eficaz mediante contenido audiovisual?

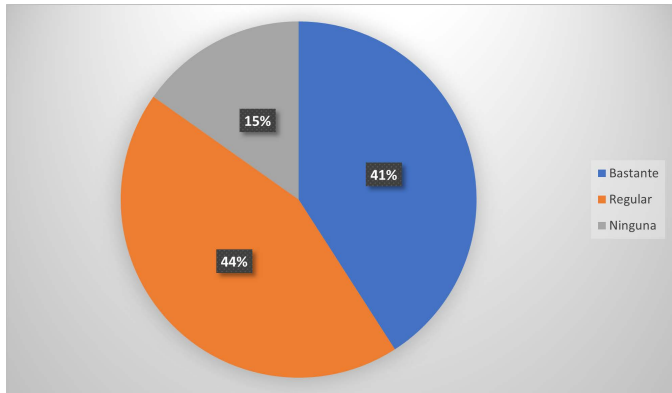


Fuente: Elaboración propia.

El contenido multimedia se ha apoderado de la industria de la información, que ha modificado hábitos tradicionales como la lectura colocándoles en nuevos escenarios como lo son los medios masivos de comunicación.

En consecuencia, en la era de los mass media donde prevalece la cultura de la imagen, la lectura ha sufrido un desplazamiento, más manifiesto aún en las nuevas generaciones, a la vez de grandes cambios: ya sea en la manera de aproximarse a ella, en el material que se escoge, en la forma en que se hace, en los medios que se eligen y, por, sobre todo, en el tiempo que se le dedica.

**Figura 8**  
**¿Qué dificultad tiene usted para encontrar artículos de la cultura cuencana en Facebook?**

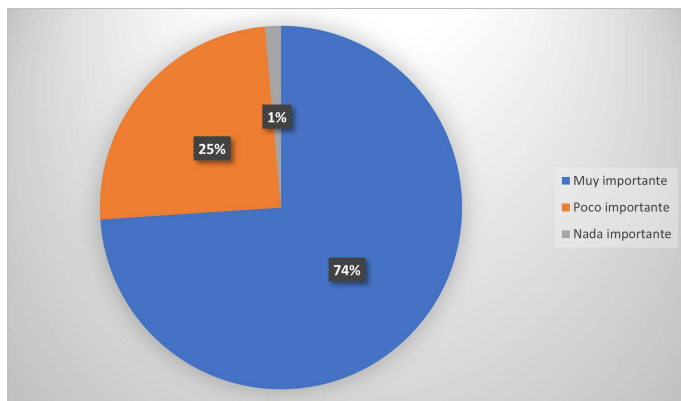


Fuente: Elaboración propia.

Por medio de la encuesta, se ha evidenciado una dificultad grande en relación a encontrar artículos en Facebook que hablen sobre la cultura cuencana, más del 40% menciona tener bastante inconvenientes, debido a cómo se mencionó en los análisis anteriores quienes comparten lo hacen, pero en los grupos de Facebook (que son cerrados) y las páginas son reducidas. Otro inconveniente a la hora de encontrar artículos de cultura es que se espera a que en el panel de inicio nos aparezca de forma imprevista para posteriormente compartirlo, no obstante, eluden el buscar para encontrar artículos de su interés.



**Figura 9**  
**¿Cuál es el grado de importancia que le atribuye la cuencana a las redes sociales?**



Fuente: Elaboración propia.

Tras el sondeo realizado, el 72,7% de los encuestados califican de muy importante la cultura en redes sociales, como ya se ha manifestado, el carácter siempre se inclina al aprendizaje, más aún de las añoranzas personales, como en este caso es la cultura y la ciudad de natalicio.

Cuando se mediatiza la enseñanza, se convierte en un bien común al alcance de todos, por lo que, el grado de importancia aumenta, para eso debe ir acompañado de información verificada, porque al estar subido en una red tiene mucho alcance y, por ende, también existe información no validada que puede ser confundida y compartida siendo apreciada como real.

## Conclusiones

La investigación sobre la cultura cuencana se llevó a cabo en el mes de julio, debido a las adversidades coyunturales se hizo imposible la recolección de datos de manera presencial, no obstante, recurrimos a los beneficios que nos brinda la tecnología para llevar a cabo el experimento de manera virtual obteniendo de manera satisfactoria los resultados esperados.

Tras una larga investigación, encuestas y análisis de lo planteado en la hipótesis, se logró conglomerar los resultados ya planteados, en donde se evidencia el afán de los jóvenes (menores de 30 años) por adquirir más información sobre la cultura de Cuenca, pero por medio de las redes sociales (Facebook), en donde la mayoría concuerda su importancia pero haciendo hincapié a que se debe compartir de una forma más innovadora, es decir, dejar atrás los textos largos y ambientarlos a un modelo visual, donde prime lo multimedia con una información corta y precisa sobre temas específicos.

Los más activos en compartir información, fotografías antiguas y en llevar los grupos de Facebook, son personas mayores (31 años en adelante), los cuales no le prestan atención a la realización de contenido multimedia, enfrascándose solo en la escritura de artículos que relatan la procedencia de las imágenes antiguas de la ciudad.

Los jóvenes muestran su avidez por adquirir conocimiento, demostrando que ya no solo son los mayores quienes usan las redes para impartir la cultura. Las redes y

los jóvenes muestran más afinidad por la cognición, porque muy aparte de querer informar quieren incentivar a un mejor desarrollo turístico en la ciudad, tanto así, que ha mostrado buenos resultados en los tres años anteriores en la que galardonaron a Cuenca con el óscar de ciudad turismo de Sudamérica.

Con el avance de la tecnología, la cultura será conocida por todas aquellas personas con acceso a internet y una cuenta de Facebook, bastará con poner en el buscador el tema sobre el cual se desee indagar, para que se despliegue una lista de contenidos sobre cultura y otros temas más, ya no solamente escrito por personas mayores, sino por jóvenes quienes con contenido audiovisual compartirán la información requerida de manera minuciosa y concreta.

Existió limitaciones debido a la crisis sanitaria por la que el mundo está pasando, las encuestas no se pudieron realizar físicamente, y se optó por sondeos virtuales, llegando así a concluir con los resultados planteados.

Para aquellos que deseen continuar con la investigación, deben centrarse más en la evolución cultural dentro de Facebook, partiendo desde el contenido cultural/multimedia actual enfocándose en cuál es su plan a futuro sin dejar de lado las nuevas herramientas y aplicaciones que hacen posible su interacción con los jóvenes y adultos.

## **Bibliografía**

Herrán-Gómez, J., Torres-Toukoumidis, Á., & Afonso-Gallegos, A. (2019). Efecto de la territorialidad en la identidad

- andina: caso Ecuador. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 7(1), 68-87. <https://bit.ly/32wtUST>
- Vargas, M.E. (2005). *Libro versus audiovisual: Reconciliar la antinomia para una formación de calidad en el ámbito universitario*. Facultad de Diseño y Comunicación-Universidad de Palermo, 1(6)
- Garzón-Vera, B. (2014). Comunicación intercultural en la ciudad de hoy. *Utopía*, 18(82), 24.