Ciencia y Educación
(L-ISSN: 2790-8402 E-ISSN: 2707-3378)
Vol. 7 No. 10.1
Edición Especial X 2026

# RECEPCIÓN E IMPACTO PERCIBIDO DE CONTENIDOS COMUNICACIONALES DE LA MANOSFERA PRODUCIDOS POR "EL TEMACH" ENTRE JÓVENES INDÍGENAS KICHWAS URBANOS DEL ECUADOR

# RECEPTION AND PERCEIVED IMPACT OF "MANOSPHERE" CONTENT PRODUCED BY "EL TEMACH" AMONG URBAN KICHWA INDIGENOUS YOUTH IN ECUADOR

**Autores: [1]Gabriela Elizabeth Gómez Toaza y [2]Perla Leonor León López.**
[1]ORCID ID: https://orcid.org/0009-0003-9165-9651
[2]ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-0537-5525
[1]E-mail de contacto: gagomezto@uide.edu.ec
[2]E-mail de contacto: peleonlo@uide.edu.ec
Afiliación: [1*2*]Universidad Internacional del Ecuador, (Ecuador).
Artículo recibido:19 de Agosto del 2026.
Artículo revisado: 21 de Septiembre del 2026.
Artículo aprobado: 21 de septiembre del 2026.
[1]Estudiante de la Universidad Internacional del Ecuador, (Ecuador).
[2]Licenciada en Comunicación Social, graduada de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, (Ecuador). Magíster en Comunicación mención Comunicación Organizacional graduada de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, (Ecuador). Doctor en Ciencias de la Comunicación Social graduada de la Comisión Nacional de Grados Científicos de la Universidad de la Habana, (Cuba).

## Resumen

El estudio analizó la recepción y el impacto percibido de los contenidos de la manosfera difundidos por Luis Castilleja, conocido como "El Temach", entre jóvenes indígenas kichwas residentes en contextos urbanos del Ecuador. Se empleó un enfoque mixto con diseño de triangulación convergente. El componente cuantitativo incluyó una encuesta a 30 participantes autoidentificados como Kichwa de la Sierra, orientada a caracterizar el consumo digital, la exposición al creador, las actitudes hacia la masculinidad y la relación entre redes sociales e identidad comunitaria. El componente cualitativo integró un análisis discursivo de una entrevista pública de aproximadamente 67 minutos, tres entrevistas semiestructuradas a jóvenes kichwas y un contraste experto sobre exposición algorítmica. El 70,0 % conocía a "El Temach", TikTok fue la plataforma más mencionada (25 de 30) y el 83,3 % percibió algún grado de influencia de este tipo de contenido en la concepción de las relaciones de pareja. Sin embargo, el 63,3 % indicó que el contenido no coincidía con los valores de su comunidad y el 73,3 % negó mejoras en sus relaciones. Los resultados cualitativos muestran una apropiación selectiva: algunos mensajes vinculados con autoestima, disciplina o progreso económico son aceptados, mientras se rechazan expresiones percibidas como agresivas, jerárquicas o incompatibles con valores comunitarios. Se concluye que la exposición algorítmica no equivale a adhesión ideológica y que la identidad comunitaria opera como mediación relevante, aunque no elimina la influencia difusa de los contenidos digitales. Los hallazgos son exploratorios y no generalizables.

**Palabras clave: Manosfera, Masculinidades, TikTok, Comunicación digital, Jóvenes indígenas, Kichwa, Interculturalidad, Ecuador.**

## Abstract

The study analyzed the reception and perceived impact of "manosphere" content disseminated by Luis Castilleja known as "El Temach" among young Kichwa Indigenous people living in urban settings in Ecuador. A mixed-methods approach with a convergent triangulation design was employed. The quantitative component involved a survey of 30 participants who self-identified as Highland Kichwa, aimed at characterizing digital consumption, exposure to the creator, attitudes toward masculinity, and the relationship between social media and community identity. The qualitative component incorporated a discourse analysis of a public interview lasting approximately 67 minutes, three semi-structured interviews with

young Kichwa individuals, and an expert assessment regarding algorithmic exposure. Seventy percent of participants were familiar with "El Temach"; TikTok was the most frequently mentioned platform (25 out of 30), and 83.3% perceived some degree of influence from this type of content on their views regarding romantic relationships. However, 63.3% indicated that the content did not align with their community's values, and 73.3% reported no improvement in their relationships. Qualitative results reveal a process of selective appropriation: certain messages related to self-esteem, discipline, or economic progress are accepted, while expressions perceived as aggressive, hierarchical, or incompatible with community values are rejected. The study concludes that algorithmic exposure does not equate to ideological adherence and that community identity acts as a significant mediating factor, although it does not eliminate the diffuse influence of digital content. These findings are exploratory and cannot be generalized.
**Keywords: Manosphere, Masculinities, TikTok, Digital communication, Indigenous youth, Kichwa, Interculturality, Ecuador.**

**Sumário**

O estudo analisou a recepção e o impacto percebido dos conteúdos da "manosfera" difundidos por Luis Castilleja, conhecido como "El Temach", entre jovens indígenas Kichwas residentes em contextos urbanos do Equador. Utilizou-se uma abordagem mista com desenho de triangulação convergente. O componente quantitativo incluiu uma pesquisa com 30 participantes que se autodeclararam Kichwas da Serra, visando caracterizar o consumo digital, a exposição ao criador, as atitudes em relação à masculinidade e a relação entre redes sociais e identidade comunitária. O componente qualitativo integrou uma análise discursiva de uma entrevista pública de aproximadamente 67 minutos, três entrevistas semiestruturadas com jovens Kichwas e uma análise especializada sobre a exposição algorítmica. 70,0% conheciam "El Temach", o TikTok foi a plataforma mais mencionada (25 de 30) e 83,3% perceberam algum grau de influência desse tipo de conteúdo na concepção de relacionamentos amorosos. No entanto, 63,3% indicaram que o conteúdo não condizia com os valores de sua comunidade, e 73,3% negaram melhorias em seus relacionamentos. Os resultados qualitativos mostram uma apropriação seletiva: algumas mensagens ligadas à autoestima, disciplina ou progresso econômico são aceitas, enquanto expressões percebidas como agressivas, hierárquicas ou incompatíveis com valores comunitários são rejeitadas. Conclui-se que a exposição algorítmica não equivale à adesão ideológica e que a identidade comunitária atua como uma mediação relevante, embora não elimine a influência difusa dos conteúdos digitais. As descobertas são exploratórias e não generalizáveis.
**Palavras-chave: Manosfera, Masculinidades, TikTok, Comunicação digital, Jovens indígenas, Kichwa, Interculturalidade, Equador.**

## Introducción

Las plataformas digitales se han convertido en espacios centrales de socialización, producción de identidad y circulación de discursos sobre género entre las juventudes. En ese ecosistema, la denominada manosfera reúne comunidades, creadores y narrativas orientadas a la masculinidad, el desarrollo personal y las relaciones entre hombres y mujeres. En América Latina, “El Temach” constituye un caso de alta visibilidad por la combinación de mensajes sobre disciplina, autoestima y progreso personal con contenidos polémicos sobre género y pareja.

El manuscrito sitúa además una presencia relevante de su audiencia en Ecuador y registra comunidades locales de seguidores, lo que justifica examinar el fenómeno en un país pluricultural y, de manera específica, entre juventudes kichwas urbanas (Valle, 2024; Ramírez, 2026). Los modelos clásicos de

comunicación permiten comprender una parte de esta dinámica. La agenda setting explica la capacidad de los medios para instalar temas de conversación pública (McCombs y Shaw, 1972). Mientras la espiral del silencio muestra cómo la percepción de opiniones dominantes puede influir en la expresión pública de posiciones minoritarias (Noelle, 1974).

En las plataformas digitales estas lógicas se reconfiguran debido a sistemas de recomendación que personalizan el flujo de información. Pariser (2011) conceptualiza los "filtros burbuja"; Tufekci (2018) advierte que los sistemas de recomendación pueden intensificar trayectorias de exposición; y Lerman et al. (2016) muestran que la estructura de las redes puede generar una "ilusión de mayoría". Desde esta perspectiva, la visibilidad acumulada de un discurso puede adquirir apariencia de consenso aun cuando represente únicamente un segmento del ecosistema digital.

La economía de plataformas ayuda a explicar por qué los contenidos confrontativos alcanzan alta circulación. Goldhaber (1997) definió la atención como un recurso escaso; Zuboff (2019) analizó la extracción de datos y la predicción conductual dentro del capitalismo de vigilancia; y Srnicek (2017) describió la plataforma como infraestructura económica que convierte interacción y datos en valor. Van Dijck (2013) añadió que la conectividad digital organiza comunidades y relaciones mediante arquitecturas técnicas y comerciales. En estos entornos, los vínculos para sociales pueden producir sensación de cercanía con figuras mediáticas (Horton y Wohl, 1956), mientras la homofilia favorece la conexión entre personas con atributos o valores semejantes (Lazarsfeld y Merton, 1954; Granovetter, 1973; McPherson et al., 2001). Jenkins (2006) permite comprender, además, cómo los usuarios dejan de ser receptores pasivos y participan en una circulación transmedia que expande narrativas mediante clips, memes, foros y comunidades. La recepción, sin embargo, no es mecánica. Desde el interaccionismo simbólico, Blumer (1969) sostiene que la acción se organiza a partir de significados socialmente construidos. Verón (1987) permite analizar el "contrato de lectura" que vincula tono, estilo y posición enunciativa con una audiencia.

Martín (1987) desplaza el análisis hacia las mediaciones culturales desde las cuales los sujetos reinterpretan el mensaje; y Kaplún (1998) destaca la importancia de conocer las necesidades y códigos del público para construir productos comunicativos eficaces. En la esfera digital, la exposición del yo y la mercantilización de la identidad han sido analizadas por Han (2014), mientras Alexander (2004) y Marwick y boyd (2011) ayudan a interpretar la autenticidad como una performance situada y adaptada a públicos múltiples. Marwick y Lewis (2017) muestran, a su vez, cómo ciertos ecosistemas alternativos pueden sostener la circulación de discursos controvertidos aun cuando encuentren resistencia en medios o plataformas centrales.

El estudio también requiere una lectura de género e interculturalidad. Viveros (2002) señala que las masculinidades se configuran de manera diferenciada según condiciones sociales y económicas. Segato (2003) analiza el mandato de masculinidad y los mecanismos de validación entre varones; y Crenshaw (1989) permite comprender cómo género, etnicidad, edad y posición social se entrecruzan. En el ámbito intercultural, Walsh (2009) distingue una perspectiva crítica capaz de examinar relaciones de poder dentro de los procesos de reconocimiento de la diversidad, mientras García (1990) entiende la hibridación cultural

como una combinación activa y conflictiva de prácticas provenientes de matrices distintas. El feminismo comunitario también ha advertido que las nociones de complementariedad pueden encubrir asimetrías cuando se presentan como relaciones naturalmente armónicas (Cabnal, 2010; López, 2018).

Esta precaución es relevante en Ecuador, donde la ENVIGMU reportó una elevada experiencia de violencia de género entre mujeres indígenas (INEC, 2019). Al mismo tiempo, la tradición organizativa indígena enfatiza comunidad, territorio, minga y formas colectivas de decisión (CONAIE, 1994). En este marco, el problema no consiste únicamente en determinar si los jóvenes consumen contenidos de la manosfera, sino en comprender cómo los reciben, negocian o rechazan desde una posición cultural específica.

El objetivo general fue analizar el impacto percibido de los contenidos comunicacionales de "El Temach" en las actitudes de género y en la relación con la identidad comunitaria de jóvenes kichwas urbanos del Ecuador. De manera complementaria se buscó caracterizar el consumo digital, identificar los principales ejes discursivos del creador, explorar la relación entre exposición y actitudes declaradas, y reconocer vacíos para una fase posterior de investigación.

## Materiales y Métodos

Se desarrolló una investigación de métodos mixtos mediante un diseño de triangulación convergente, siguiendo la lógica propuesta por Hernández y Mendoza (2018). Los componentes cuantitativo y cualitativo se recolectaron y analizaron de forma complementaria para integrar los hallazgos mediante una lectura conjunta. El alcance fue descriptivo y exploratorio; por tanto, el estudio no buscó establecer relaciones causales ni generalizar sus resultados a toda la población indígena kichwa del Ecuador. La muestra estuvo integrada por 30 personas de 18 a 35 años, autoidentificadas como Kichwa de la Sierra y residentes en zonas urbanas. Veintiocho se identificaron como hombres y dos como personas no binarias.

La encuesta estructurada examinó tiempo de uso de redes, plataformas y tipos de contenido consumidos, conocimiento y seguimiento de "El Temach", vías de exposición, frecuencia y formatos de aparición de contenidos sobre masculinidad, percepción de influencia en las relaciones de pareja y coincidencia con valores comunitarios. Se incluyeron dos escalas de cinco puntos: una de diez ítems sobre actitudes hacia la masculinidad y otra de seis ítems sobre identidad y comunidad. El análisis cuantitativo se realizó mediante frecuencias, porcentajes y medias descriptivas.

El componente cualitativo incluyó tres fuentes. Primero, se analizó una entrevista pública de aproximadamente 67 minutos concedida por "El Temach" al programa "La Saga", conducido por Adela Micha. La transcripción fue examinada mediante categorías de análisis del discurso inspiradas en Verón (1987), identificándose 22 fragmentos relevantes. Segundo, se realizaron tres entrevistas semiestructuradas a jóvenes kichwas para explorar mediaciones culturales, prácticas comunitarias, percepciones de género y formas de negociación frente a contenidos digitales; la interpretación se apoyó en Martín (1987) y García (1990). Tercero, se incorporó el contraste con Nicko Nogués y su estudio de campo sobre exposición algorítmica a ecosistemas de masculinidad (Nogués, 2026). Los resultados fueron integrados mediante triangulación hermenéutica.

## Resultados y Discusión

La totalidad de participantes se autoidentificó como Kichwa de la Sierra. Se registraron nueve pueblos o adscripciones comunitarias: Kitu Kara (5), Kayambi (4), Saraguro (7), Panzaleo (4), Waranka (2), Kañari (3), Puruhá (1), Otavalo (3) y Chibuleo (1). Quito concentró 14 casos; los restantes se distribuyeron entre Saraguro, Cuenca, Otavalo, Cayambe, Latacunga, Saquisilí y Ambato. El grupo etario más numeroso fue el de 31 a 35 años (10), seguido de 22 a 25 (8), 26 a 30 (7) y 18 a 21 años (5). Entre quienes conocían al creador, la frecuencia predominante fue "algunas veces" (11 de 21), seguida de "rara vez" (4), "nunca" (3), "frecuentemente" (2) y "muy frecuentemente" (1).

En los formatos de exposición destacaron reels (16 menciones), videos largos (13), memes (10) y pódcast (2). Los temas asociados a masculinidad fueron "cómo ser un hombre de valor" (16), cuidado corporal (13), finanzas, emprendimiento o éxito (12), consejos para conquistar (6) y "cómo es una mujer de valor" (3). Más de la mitad no reconocía jerga específica: 16 participantes declararon no conocer ninguno de los términos consultados; entre quienes sí los identificaban aparecieron "simp" (9), "Chad" (7), MGTOW/hombres que siguen su propio camino (7), "incel" (3) y "red pill" (2).

***Tabla 1.*** *Perfil de la muestra y consumo digital.*

| Indicador | Resultado |
|---|---|
| Tiempo diario en redes | 1–3 h: 19; 4–6 h: 9; <1 h: 1; >6 h: 1 |
| Plataformas más utilizadas* | TikTok: 25; Facebook: 23; YouTube: 19; Instagram: 16; X: 5; otras: 2 |
| Contenidos más consumidos* | Humor: 21; cultura indígena: 20; política: 19; deportes: 13; otros: 12; relaciones de pareja: 10; consejos de masculinidad: 4; videojuegos: 3; feminismo: 3 |
| Conocimiento de "El Temach" | 21/30 (70,0 %) |
| Seguimiento activo | 8/21 entre quienes lo conocen (38,1 %) |
| Contenido similar de otros creadores | 15/30 (50,0 %) |
| Vía de llegada al contenido | Algoritmo: 15; no sabe por qué aparece: 14; amistades: 1 |
| Aparición diaria de contenido de masculinidad | 1–5 veces: 27 (90,0 %); 5–10 veces: 3 (10,0 %) |
| Plataforma principal de aparición | TikTok: 15 (50,0 %); Facebook: 11 (36,7 %); Instagram: 4 (13,3 %) |

Fuente: Elaboración propia.

La percepción de influencia fue alta, pero no se tradujo en valoración positiva. Catorce participantes consideraron que este tipo de contenido influía "algo" y once que influía "mucho"; en conjunto, 25 de 30 (83,3 %) reconocieron algún grado de incidencia en la forma en que los jóvenes conciben las relaciones de pareja. Al mismo tiempo, 19 (63,3 %) indicaron que el contenido no coincidía con los valores de su comunidad, 18 (60,0 %) no identificaron un aporte positivo y 22 (73,3 %) señalaron que sus relaciones de pareja no habían mejorado a partir de estos consejos.

***Tabla 2.*** *Influencia percibida y relación con valores comunitario.*

| Ítem de actitudes hacia la masculinidad | Media |
|---|---|
| Los hombres tienen más presión social para demostrar éxito | 4,43 |
| Mujeres y hombres deberían compartir las tareas del hogar | 4,37 |
| Las mujeres tienen las mismas capacidades de liderazgo que los hombres | 4,33 |
| Expresar emociones no disminuye la masculinidad de un hombre | 3,77 |
| El hombre debe ser el principal proveedor económico del hogar | 3,63 |
| El feminismo ha generado cambios positivos para la sociedad | 3,17 |
| Los contenidos de redes sociales influyen en cómo entiendo las relaciones | 3,03 |
| Un hombre pierde autoridad cuando depende económicamente de su pareja | 3,00 |
| Los hombres deben ocultar sus emociones para ser fuertes | 2,53 |
| Los hombres deberían tomar la mayoría de las decisiones en el hogar | 2,37 |

Fuente: Elaboración propia.

La escala de masculinidad mostró una combinación de presión por el éxito con posiciones favorables a la corresponsabilidad doméstica y al liderazgo femenino. Los puntajes más bajos correspondieron a la restricción emocional y a la concentración de decisiones en los hombres, lo que indica que la exposición a contenidos de masculinidad no se acompaña, en esta muestra, de una aceptación uniforme de los mandatos tradicionales.}

***Tabla 3.*** *Influencia percibida y relación con valores comunitarios.*

| Ítem de identidad y comunidad | Media |
|---|---|
| Participo en actividades culturales indígenas | 4,53 |
| Mantengo contacto frecuente con mi comunidad de origen | 4,43 |
| Mi identidad indígena influye en cómo interpreto otros contenidos | 3,77 |
| Las redes sociales me ayudan a fortalecer mi identidad indígena | 3,70 |
| Los valores comunitarios indígenas son diferentes de los promovidos en redes | 3,50 |
| Me siento representado/a por los contenidos indígenas que consumo | 3,33 |

Fuente: Elaboración propia.

En la escala de identidad y comunidad, los valores más altos correspondieron a la participación cultural y al vínculo con la comunidad de origen. La identidad indígena también fue reconocida como un criterio que interviene en la interpretación de otros contenidos, mientras la representación en redes obtuvo el promedio más bajo. En conjunto, estos datos sugieren que el consumo digital coexiste con una pertenencia comunitaria activa.

El análisis de la entrevista pública identificó 22 fragmentos agrupados en cinco categorías. La primera reunió estereotipos biologicistas, especialmente explicaciones que atribuyen diferencias emocionales, madurativas o relacionales a características supuestamente naturales de hombres y mujeres. La segunda comprendió descalificaciones hacia las mujeres o sus demandas, entre ellas generalizaciones negativas sobre las mujeres contemporáneas y cuestionamientos al feminismo. La tercera correspondió al uso de lenguaje despectivo vinculado con género y éxito romántico. La cuarta agrupó argumentos que justifican divisiones tradicionales de roles, como la figura masculina de proveedor y protector o la asignación diferencial de funciones emocionales y económicas.

La quinta, que concentró ocho de los 22 fragmentos, reunió formulaciones de misoginia implícita: valoraciones diferenciadas de hombres y mujeres después de una separación, criterios asimétricos sobre atractivo y fertilidad, y razonamientos que desplazan hacia las mujeres parte de la responsabilidad por comunicar límites en situaciones de acoso o rechazo. Estas categorías no describen todo el contenido del creador, sino los fragmentos seleccionados por el protocolo analítico del estudio.

Las tres entrevistas permitieron organizar 15 fragmentos en cinco ejes. Primero, los participantes reconocieron que los algoritmos orientan de manera intensa lo que aparece en sus redes, incluso cuando no existe una búsqueda deliberada; al mismo tiempo, destacaron usos instrumentales de las plataformas para aprender oficios, promocionar emprendimientos familiares o mantener vínculos. Segundo, diferenciaron los modelos estéticos de las redes respecto de los referentes femeninos de sus comunidades y expresaron rechazo frente a formas de cosificación digital. Tercero, describieron la crianza y el trabajo comunitario como espacios en los que la cooperación puede ser más importante que una división rígida de tareas, aunque también se reconocieron prácticas machistas dentro del propio entorno. Cuarto, las valoraciones sobre “El Temach” fueron ambivalentes: algunos participantes rescataron mensajes de autoestima, respeto o

superación, mientras otros rechazaron su tono y sus generalizaciones. Quinto, se manifestó preocupación por la transformación de expectativas de pareja y por la necesidad de conservar prácticas, vestimenta y vínculos comunitarios frente a referentes globales.

El principal hallazgo es la diferencia entre exposición y adhesión. La mayoría conocía a "El Temach", pero solo ocho de los 21 participantes que lo conocían lo seguían activamente. Además, 29 de 30 atribuyeron su llegada al contenido al algoritmo o señalaron no saber por qué aparecía en su feed. Este patrón es compatible con la lógica de personalización descrita por Pariser (2011), con las trayectorias de recomendación problematizadas por Tufekci (2018) y con la ilusión de mayoría analizada por Lerman et al. (2016).

El estudio de Nogués (2026) aporta un contraste reciente al mostrar que cuentas nuevas o pasivas pueden recibir contenido de alta intensidad asociado a ecosistemas de masculinidad sin una búsqueda explícita. Desde la economía de la atención, el hallazgo también resulta coherente con Goldhaber (1997): la retención se vuelve valiosa, aunque el contenido genere acuerdo o rechazo. Zuboff (2019), Srnicek (2017) y Van Dijck (2013) permiten situar esa exposición dentro de infraestructuras que convierten la interacción, los datos y la conectividad en recursos económicos.

No obstante, la mediación cultural modifica la recepción. El 63,3 % consideró que el contenido no coincidía con los valores de su comunidad y los puntajes más altos de identidad correspondieron a participación cultural y contacto con la comunidad de origen. Estos datos respaldan la idea de Martín-Barbero (1987) de que el receptor interpreta desde matrices previas y no desde un vacío cultural. A su vez, García (1990) permite comprender el resultado como hibridación y no como sustitución: las prácticas digitales se incorporan a una identidad comunitaria que continúa activa. La interculturalidad crítica de Walsh (2009) ayuda a interpretar la distancia que los entrevistados establecen entre discursos globales presentados como universales y sus propios valores comunitarios.

En este punto, la referencia a minga, reciprocidad y organización territorial coincide con la centralidad de lo colectivo en documentos históricos de la CONAIE (1994). Desde Crenshaw (1989), además, la recepción debe analizarse en la intersección entre edad, género, etnicidad, urbanización y condiciones socioeconómicas, sin atribuir los resultados a una única identidad. La escala de masculinidad muestra que la apropiación es selectiva. Los participantes expresaron alto acuerdo con la corresponsabilidad doméstica y con la capacidad de liderazgo de las mujeres, y bajo acuerdo con la obligación masculina de ocultar emociones o concentrar las decisiones del hogar. Sin embargo, el ítem sobre presión social para demostrar éxito alcanzó la media más alta y la idea del hombre como principal proveedor se mantuvo en un nivel intermedio-alto.

Esta combinación se relaciona con el análisis de Viveros Vigoya (2002) sobre la articulación entre masculinidad y posición social, así como con el mandato de masculinidad de Segato (2003), que vincula reconocimiento masculino, desempeño y validación entre pares. Los testimonios sugieren que los mensajes de disciplina, autoestima o progreso económico pueden ser retenidos, aunque se rechacen formulaciones jerárquicas sobre género. Esa distancia crítica no debe interpretarse como inmunidad cultural. El propio material cualitativo reconoce la coexistencia de

discursos de equidad con prácticas machistas. Cabnal (2010) advierte que la complementariedad, cuando se presenta como armonía natural, puede invisibilizar relaciones de poder; la entrevista a Cabnal recogida por López (2018) refuerza la necesidad de pensar identidad, cuerpo y territorio desde procesos de recuperación y sanación. En el contexto ecuatoriano, el dato del INEC (2019) sobre violencia de género entre mujeres indígenas impide idealizar a la comunidad como un espacio libre de desigualdades. Por ello, la resistencia al discurso externo puede coexistir con tensiones internas no plenamente reconocidas.

La limitada incorporación a la comunidad transmedia de "El Temach" constituye otro resultado relevante. Jenkins (2006) describe a los prosumidores como participantes que amplían los universos narrativos, mientras Van Dijck (2013) y Marwick y Lewis (2017) muestran que las comunidades digitales pueden sostener redes de circulación, pertenencia y monetización. En esta muestra, sin embargo, no se registró evidencia de membresías, compra de mercancía, participación en canales privados o producción organizada de contenidos. Los jóvenes parecen actuar principalmente como consumidores fragmentarios.

El vínculo parasocial propuesto por Horton y Wohl (1956) y la homofilia descrita por Lazarsfeld y Merton (1954), Granovetter (1973) y McPherson et al. (2001) ayudan a comprender por qué estas comunidades pueden resultar atractivas para ciertos usuarios, pero los altos puntajes de pertenencia comunitaria sugieren que, en este segmento, ya existen circuitos de reconocimiento y vínculo previos que reducen la necesidad de adoptar una comunidad digital como identidad central. El análisis del creador como producto comunicacional también aporta a la explicación. Verón (1987) permite identificar un contrato de lectura basado en cercanía, lenguaje coloquial y posicionamiento directo; Kaplún (1998) ayuda a entender la adecuación del mensaje a preocupaciones de la audiencia; y Blumer (1969) muestra que términos y categorías adquieren fuerza en la medida en que organizan significados compartidos.

La exposición personal del creador puede ser leída desde la mercantilización de la identidad descrita por Han (2014). Del mismo modo, la construcción de autenticidad se relaciona con la performance social de Alexander (2004) y con el "colapso de contexto" analizado por Marwick y boyd (2011). La capacidad de reconfigurar el tono y los códigos para públicos diferentes puede interpretarse, en un sentido más general, a partir de la fluidez de las formas contemporáneas descrita por Bauman (2000).

Los resultados también dialogan con la teoría clásica de la opinión pública. La agenda setting McCombs y Shaw (1972) permite entender cómo temas asociados al "valor" de hombres y mujeres, feminismo o relaciones de pareja se vuelven recurrentes en la conversación digital, mientras la espiral del silencio (Noelle, 1974) ayuda a pensar por qué ciertas opiniones pueden expresarse de manera distinta entre espacios presenciales y comunidades en línea. Sin embargo, los datos disponibles no permiten demostrar que estos mecanismos operen de forma causal en cada participante; se utilizan como marcos interpretativos para ordenar los hallazgos.

El manuscrito se propone además una lectura estructural del problema. Varoufakis (2024) analiza la concentración de poder vinculada con el "capital en la nube", mientras Miller-Idriss (2025) estudia cómo ciertos agravios

masculinos pueden ser incorporados por movimientos extremistas y Zakaria (1997) ofrece un marco histórico para discutir fenómenos iliberales. Estos aportes permiten formular preguntas sobre las conexiones entre economía de plataformas, conflicto identitario y movilización política, pero el presente estudio no midió orientación política, comportamiento electoral ni radicalización; por tanto, no permite establecer relaciones causales en ese terreno. El hecho de que 19 participantes declararan consumir contenido político solo indica coexistencia temática dentro de sus hábitos digitales.

En conjunto, los datos muestran una doble dinámica. Por una parte, la exposición algorítmica amplía el contacto con narrativas de masculinidad, aunque no exista búsqueda activa. Por otra, la matriz comunitaria filtra el contenido y favorece una apropiación parcial, especialmente de mensajes asociados con autoestima, disciplina y superación económica. El 83,3 % que reconoce alguna influencia en las relaciones confirma, no obstante, que el rechazo consciente no elimina la posibilidad de efectos difusos. El estudio no permite precisar la dirección ni la magnitud de esos efectos, pero sí identifica un campo de tensión entre identidad comunitaria, consumo digital y modelos contemporáneos de masculinidad.

Los hallazgos deben interpretarse considerando varias limitaciones. La muestra es pequeña (n = 30), está concentrada en población Kichwa de la Sierra residente en zonas urbanas y no fue diseñada para representar al conjunto de juventudes indígenas del Ecuador. El componente cualitativo incluyó únicamente tres entrevistas, por lo que la diversidad de experiencias puede estar subrepresentada. La encuesta se basa en autopercepción y no permite medir exposición real mediante registros de plataforma ni establecer temporalidad causal. Tampoco se preguntó directamente por la autoidentificación de prácticas machistas o patriarcales, lo que restringe el análisis de discrepancias entre actitudes y autopercepción. Finalmente, el análisis discursivo se concentró en una entrevista pública específica y no en el universo completo de contenidos del creador. Estas limitaciones justifican una segunda fase con muestras más amplias, comparación territorial y seguimiento longitudinal o digital de patrones de exposición.

## Conclusiones

La recepción de contenidos de la manosfera entre los jóvenes kichwas urbanos estudiados no puede describirse como aceptación o rechazo total. La exposición se produce principalmente a través de mecanismos algorítmicos y alcanza incluso a personas que no siguen activamente al creador. Sin embargo, la mayoría no identifica coincidencia entre esos mensajes y los valores de su comunidad, ni atribuye mejoras en sus relaciones de pareja a los consejos recibidos. La identidad comunitaria funciona como una mediación relevante. La participación cultural, el contacto con la comunidad y la interpretación de contenidos desde la identidad indígena presentan valores altos, mientras los resultados sobre masculinidad combinan presión por el éxito económico con posiciones favorables a la corresponsabilidad doméstica, la expresión emocional y el liderazgo femenino.

Esto sugiere una apropiación selectiva de mensajes de autoestima, disciplina o progreso, más que una adopción integral del sistema discursivo analizado. El estudio aporta evidencia exploratoria sobre un segmento poco abordado en la literatura de la manosfera y plantea la necesidad de investigar cómo los sistemas de recomendación interactúan con identidades culturales específicas. Futuras

investigaciones deberían ampliar la muestra, incorporar otras nacionalidades y territorios, comparar grupos con diferentes niveles de exposición y analizar de forma longitudinal si las mediaciones comunitarias se mantienen, se transforman o pierden capacidad de contención frente a contenidos cada vez más adaptados a contextos locales.

## Referencias Bibliográficas

Alexander, J. (2004). Cultural pragmatics: Social performance between ritual and strategy. *Sociological Theory, 22*(4), 527–573. https://doi.org/10.1111/j.0735-2751.2004.00233.x

Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Polity Press. https://www.wiley.com/en-us/Liquid+Modernity-p-9780745624105

Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. Prentice-Hall. https://www.ucpress.edu/books/symbolic-interactionism/paper

Cabnal, L. (2010). Acercamiento a la construcción de la propuesta de pensamiento epistémico de las mujeres indígenas feministas comunitarias de Abya Yala. En ACSUR-Las Segovias (Ed.), *Feminismos diversos: El feminismo comunitario* (pp. 11–25). ACSUR-Las Segovias. https://catalogo.academia.cl/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=63008

Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador [CONAIE]. (1994). *Proyecto político de la CONAIE: Texto aprobado por el IV Congreso de la CONAIE*. CONAIE. https://www.yachana.org/earchivo/conaie/proyectopolitico.pdf

Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the intersection of race and sex: A Black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. *University of Chicago Legal Forum, 1989*(1), 139–167. https://scholarship.law.columbia.edu/faculty_scholarship/3007/

García, N. (1990). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo. https://books.google.com/books?id=o1xqAAAAMAAJ

Goldhaber, M. (1997). The attention economy and the net. *First Monday, 2*(4). https://doi.org/10.5210/fm.v2i4.519

Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology, 78*(6), 1360–1380. https://doi.org/10.1086/225469

Han, B. (2014). *Psicopolítica: Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder* (A. Bergés, Trad.). Herder. https://herdereditorial.com/psicopolitica-2-edicion-9788425447617

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill. https://bibliotecadigital.uce.edu.ec/item/793

Horton, D., & Wohl, R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry, 19*(3), 215–229. https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049

Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC]. (2019). *Encuesta Nacional sobre Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres (ENVIGMU)*. INEC. https://anda.inec.gob.ec/anda5/index.php/catalog/919

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press. https://nyupress.org/9780814742815/convergence-culture/

Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Ediciones de la Torre. https://edicionesdelatorre.com/producto/una-pedagoga-de-la-comunicacin

Lazarsfeld, P., & Merton, R. (1954). Friendship as a social process: A substantive and methodological analysis. En M. Berger, T. Abel, & C. H. Page (Eds.), *Freedom and control in modern society* (pp. 18–66). Van Nostrand. https://garfield.library.upenn.edu/merton/rkmpublications.html

Lerman, K., Yan, X., & Wu, X. (2016). The majority illusion insocial networks. *PLOS ONE, 11*(2), e0147617. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0147617

López, E. (2018, 26 de junio). Lorena Cabnal: Sanar y defender el territorio-cuerpo-tierra. *Avispa Mídia*. https://avispa.org/lorena-cabnal-sanar-y-defender-el-territorio-cuerpo-tierra/

Martín, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili. https://books.google.com/books?id=4OIDAQAAIAAJ

Marwick, A., & Boyd, D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society, 13*(1), 114–133. https://doi.org/10.1177/1461444810365313

Marwick, A., & Lewis, R. (2017). *Media manipulation and disinformation online*. Data & Society Research Institute. https://datasociety.net/research/library/media-manipulation-and-disinfo-online/

McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly, 36*(2), 176–187. https://doi.org/10.1086/267990

McPherson, M., Smith, L., & Cook, J. (2001). Birds of a feather: Homophily in social networks. *Annual Review of Sociology, 27*, 415–444. https://doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.415

Miller, C. (2025). *Man up: The new misogyny and the rise of violent extremism*. Princeton University Press. https://doi.org/10.2307/jj.27111101

Noelle, E. (1974). The spiral of silence: A theory of public opinion. *Journal of Communication, 24*(2), 43–51. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x

Nogués, N. (2026). *Relational risk in recommendation systems: Evidence from a 45-day Instagram field study and implications for EU platform oversight*. SSRN. https://doi.org/10.2139/ssrn.6920101

Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin Press. https://www.penguinrandomhouse.com/books/309214/the-filter-bubble-by-eli-pariser/

Ramírez, D. (2026). Machos en red: Cómo internet educa a los nuevos hombres. *La Cadera de Eva*. https://lacaderadeeva.com/tecnologia/manosfera-y-redes-sociales-misoginia-digital-y-grupos-incel/16449

Segato, R. L. (2003). *Las estructuras elementales de la violencia: Ensayos sobre género entre la antropología, el psicoanálisis y los derechos humanos*. Universidad Nacional de Quilmes / Prometeo. https://repositorio.ciem.ucr.ac.cr/handle/123456789/156

Srnicek, N. (2017). *Platform capitalism*. Polity Press. https://www.wiley.com/en-us/Platform+Capitalism-p-9781509504886

Tufekci, Z. (2018, 10 de marzo). YouTube, the great radicalizer. *The New York Times*. https://www.nytimes.com/2018/03/10/opinion/sunday/youtube-politics-radical.html

Valle Acevedo, A. (2024). *El fenómeno "Modo Guerra": Un análisis de recepción, transformación y comunidad en la audiencia digital de "El Temach"* [Investigación formal]. México. https://doi.org/10.13140/RG.2.2.33853.37608

Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199970773.001.0001

Varoufakis, Y. (2024). *Tecnofeudalismo: El sigiloso sucesor del capitalismo* (M. Valdivieso, Trad.). Deusto. https://books.google.com/books?id=92XqEAAAQBAJ

Verón, E. (1987). *La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa. https://books.google.com/books?id=G9vvNAAACAAJ

Viveros, M. (2002). *De quebradores y cumplidores: Sobre hombres, masculinidades y relaciones de género en*

*Colombia*. Universidad Nacional de Colombia / Fundación Ford / Profamilia. https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/2902

Walsh, C. (2009). *Interculturalidad, Estado, sociedad: Luchas (de)coloniales de nuestra época*. Universidad Andina Simón Bolívar / Abya-Yala. https://www.uasb.edu.ec/publicacion/interculturalidad-estado-sociedad-luchas-decoloniales-de-nuestra-epoca/

Zakaria, F. (1997). The rise of illiberal democracy. *Foreign Affairs, 76*(6), 22–43. https://doi.org/10.2307/20048274

Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs. https://www.hachettebookgroup.com/titles/shoshana-zuboff/9781610395694/9781610395694/

**Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-No Comercial 4.0 Internacional. Copyright © Gabriela Elizabeth Gómez Toaza y Perla Leonor León López.**

| **Declaraciones éticas y editoriales del artículo** |
|---|
| **Contribución de los autores (Taxonomía CRediT).**<br>Gabriela Elizabeth Gómez Toaza: conceptualización de la investigación, formulación del problema y objetivos, revisión bibliográfica, diseño metodológico, elaboración de los instrumentos, coordinación de la recolección de información, análisis e interpretación de los resultados vinculados con ilustración digital y formación artística, formulación de los lineamientos pedagógicos y éticos, redacción del borrador original y supervisión general del estudio.<br>Perla Leonor León López: formación artística, formulación de los lineamientos pedagógicos y éticos, redacción del borrador original y supervisión general del estudio. |
| **Declaración de conflicto de intereses**<br>Los autores declaran que no existen conflictos de intereses relacionados con la investigación, la autoría ni la publicación del presente artículo. |
| **Declaración de financiamiento**<br>Los autores declaran que la presente investigación no recibió financiamiento específico de agencias públicas, comerciales ni de organizaciones sin fines de lucro. |
| **Declaración del editor**<br>El editor responsable certifica que el proceso editorial del presente artículo se desarrolló conforme a los principios de integridad científica, transparencia y buenas prácticas editoriales. El manuscrito fue sometido a un proceso de evaluación mediante revisión por pares doble ciego, garantizando la confidencialidad de la identidad de los autores y revisores durante todo el proceso de dictamen académico. Asimismo, el editor declara que el artículo cumple con los criterios científicos, metodológicos y éticos establecidos por la revista. |
| **Declaración de los revisores**<br>Los revisores externos que participaron en la evaluación del presente manuscrito declaran haber realizado el proceso de revisión de manera objetiva, independiente y confidencial. Asimismo, manifiestan que no mantienen conflictos de interés con los autores ni con la investigación evaluada, y que sus observaciones y recomendaciones se fundamentan exclusivamente en criterios científicos, metodológicos y académicos. |
| **Declaración ética de la investigación**<br>Los autores declaran que la investigación se desarrolló respetando los principios de integridad científica, participación voluntaria, confidencialidad y protección de la identidad de los participantes. Todos los participantes recibieron información clara sobre los objetivos del estudio y otorgaron su consentimiento informado, con la posibilidad de retirarse en cualquier momento sin repercusión alguna. La información recopilada fue utilizada exclusivamente con fines académicos y se evitó exponer a los participantes a riesgos físicos o psicológicos. |
| **Declaración sobre el uso de inteligencia artificial**<br>Los autores declaran que la inteligencia artificial constituye parte del objeto de análisis de la presente investigación, específicamente en su integración a los procesos de ilustración digital. En caso de haberse utilizado herramientas de inteligencia artificial como apoyo durante la elaboración del manuscrito, su empleo se limitó a tareas técnicas de organización de información, revisión del lenguaje o mejora de la claridad del texto. La formulación metodológica, el análisis e interpretación de los resultados, la discusión científica y la responsabilidad intelectual sobre el contenido corresponden exclusivamente a los autores. Las herramientas de inteligencia artificial no fueron consideradas autoras ni sustituyeron el criterio académico de los investigadores. |
| **Disponibilidad de datos**<br>Los autores declaran que los datos que respaldan los resultados de esta investigación estarán disponibles previa solicitud razonable a la autora de correspondencia, respetando los principios de confidencialidad, anonimato y protección de la información establecidos durante el estudio. |