



9 / Guayaquil  
II semestre 2022  
ISSN 2631-2824

# Nancy Risol en YouTube: entre cultura digital y cultura kichwa

45

Yann Seyeux  
Université Paris Nanterre  
[yann.seyeux@gmail.com](mailto:yann.seyeux@gmail.com)

## Resumen

Con más de dos millones de suscriptores y unos sesenta vídeos publicados en YouTube, Nancy Risol es hoy una de las *influencers* más famosas del Ecuador. Sin lugar a dudas su repentino éxito se debe a la peculiaridad de su perfil, ya que se la considera como la primera *youtuber* indígena del país. Delante de las cámaras, cuestiona los estereotipos acerca de comunidad al presentarse como una creadora de contenidos indígena que da a conocer su identidad cultural en las redes. Su trayectoria en la plataforma nos invita, pues, a interesarnos por la hibridez de su producción audiovisual, que introduce la cultura kichwa en el entorno digital.

**Palabras claves:** Nancy Risol; Ecuador; YouTube; saraguro; cultura digital; kichwa.

### **Abstract**

With more than two million subscribers and some sixty videos published on YouTube, Nancy Risol is today one of the most famous influencers in Ecuador. Her sudden success is undoubtedly due to the peculiarity of her profile, as she is considered the first indigenous youtuber in the country. In front of the cameras, she interrogates stereotypes about her community by presenting herself as an indigenous content creator who makes her cultural identity known on the networks. Thus, her trajectory on the platform invites us to take an interest in the hybridity of her audiovisual production, which introduces Kichwa culture into the digital environment.

**Keywords:** Nancy Risol; Ecuador; YouTube; saraguro; digital culture; Kichwa.

46

## **Introducción**

En la era digital, gran parte de las creaciones culturales ultracontemporáneas se caracterizan por ser contenidos audiovisuales inéditos, producidos y difundidos en plataformas como YouTube. Heredera de las utopías y de los ideales de la web 2.0, dicha interfaz se define como una red social de colaboración que busca fomentar una «cultura participativa» (Jenkins 2010), como bien lo sugiere su nombre original: *Broadcast Yourself*. Por esta razón, desde una perspectiva académica, se suele retomar el pensamiento de Thomas Parker Hughes sobre los sistemas sociotécnicos (Hughes 1983) para adaptarlo a la plataforma, llegando a considerarla como un «artefacto sociotécnico» (Siri 2008). Es decir, una tecnología

que se coconstruye gracias a la acción de los diversos grupos sociales que la usan. De hecho, este planteamiento sociotécnico —lejos de difundir una visión acrítica de las iniciales virtudes democráticas de YouTube, profundamente dañadas después de su compra por Google en 2006 (que fortaleció el desmesurado monopolio del gigante en Internet)— realiza la mayor aportación de la interfaz: ofrecer una ventana de oportunidades para que cualquier persona pueda ganar visibilidad en la red.

De este fenómeno nace el interés de estudiar las producciones culturales ultracontemporáneas del Ecuador desde el prisma de la cultura digital; un concepto que hace referencia a las diversas realidades de uso de las tecnologías digitales y que es ampliamente considerado hoy como el paradigma cultural por excelencia del siglo XXI (Cardon 2019). Este puede efectivamente servir de marco conceptual eficiente para seguir las trayectorias de las y los creadores que elaboran hoy en día la cultura del país, tal y como lo pretende hacer el presente estudio de caso que propone centrarse en el ejemplo representativo del peculiar recorrido de Nancy Risol en YouTube.

Con más de dos millones de suscriptores y unos sesenta vídeos en apenas tres años de presencia en la plataforma, @Nancy Risol<sup>1</sup> (conocida en lo civil como Nancy Marisol Puglia Puglia) se convirtió rápidamente en una de las «influencers»<sup>2</sup> más importantes del país, alcanzando fama en toda la región. Y aunque le quede mucho por igualar el éxito de la serie web quiteña Enchufe.tv, la joven

1 En el artículo, los nombres de creadores e internautas estarán precedidos por una «@» que indica su seudónimo en YouTube.

2 En su página web, el Observatorio de palabras de la Real Academia Española define el término de la siguiente manera: «La voz influencer es un anglicismo usado en referencia a una persona con capacidad para influir sobre otras, principalmente a través de las redes sociales».

ecuatoriana supo imponer rápidamente su imagen y su estilo en el panorama del YouTube latinoamericano. Una notoriedad que podría venir justificada por la especificidad de su perfil: como miembro de la nacionalidad kichwa, y en particular del pueblo saraguro<sup>3</sup>, Nancy propone a sus seguidores que están detrás de la pantalla adentrarse en el día a día de su comunidad para descubrirla desde dentro. Algo bastante inédito en el panorama mediático regional e internacional como para destacarlo.

48

Por lo tanto, parece oportuno considerar sus vídeos como puntos de encuentro entre una realidad largamente invisibilizada, incluso en la actualidad (Unicef 2008), y una audiencia ecuatoriana ubicua que muchas veces desconoce, a la vez que descubre, la riqueza cultural de su país. Para ello, se hace evidente la necesidad de rastrear en los contenidos de Nancy las huellas de una identidad cultural híbrida, entre tradición y contemporaneidad, con el fin de entender si las estrategias mediáticas que emplea dan prueba de las posibilidades de interpenetración y de diálogo entre la cultura kichwa y la cultura digital.

## I. La primera *youtuber* indígena de éxito

### Una trayectoria fulgurante por Internet

Contemplado desde una óptica sincrónica, no cabe la menor duda de que el fenómeno «Nancy Risol» forma parte de la ultratemporaneidad del Ecuador. Por haber nacido en 2002, Nancy es un

---

<sup>3</sup> Los saraguros son un pueblo de la nacionalidad kichwa. La mayor parte de su comunidad se encuentra en el cantón de Saraguro, en la provincia de Loja (en el sur del Ecuador).

prototipo de la generación Z que ve la aparición de los llamados «nativos digitales» (Prensky 2001). Prueba de ello, se introduce en las redes a los 16 años y menos de cuatro años más tarde sigue teniendo suma influencia en la cultura digital del país, pues su paso por YouTube marca un hito entre la comunidad de creadores ecuatorianos. Para entender cómo esto fue posible, es preciso recorrer la corta pero fulgurante trayectoria de Nancy en YouTube.

En 2018, Nancy empieza a subir *sketches* a su cuenta de Facebook. La buena acogida que estos reciben y los comentarios de sus seguidores la animan a abrirse seguidamente un canal en YouTube. En menos de un mes y tras subir solo seis vídeos, supera ya la cifra simbólica de los cien mil suscriptores. En el vídeo siguiente, «Mi historia en las redes sociales», aprovecha la ocasión para contar a su audiencia cómo llegó a la plataforma:

Yo no sabía nada de esto. Me acuerdo que una vez vi a un chico del colegio donde estudio, vi un vídeo de él en YouTube. Dije: ¡guau! Cualquiera puede ser *youtuber*. Entonces me puse a investigar. Y pues sí, cualquiera podía ser *youtuber*.<sup>4</sup>

El fenómeno que explica Nancy mediante estas palabras, el especialista de estudios culturales Graeme Turner lo teorizó hablando de «giro demótico» (Turner 2010). Esta dinámica consiste en el hecho de que una persona, al constatar la relativa visibilidad mediática adquirida por otra de su entorno, se motive a lanzarse a su vez para probar suerte en las redes. Pero lo particular en el caso de Nancy es que ella conoce, más que suerte, un tremendo éxito.

<sup>4</sup> «Mi historia en las redes sociales | Nancy Risol 100k», Nancy Risol, video en YouTube, 24 de abril de 2019, 0'50, acceso el 16 de junio de 2022, [https://www.youtube.com/watch?v=KU6i9pyIzBE&t=15s&ab\\_channel=NancyRisol](https://www.youtube.com/watch?v=KU6i9pyIzBE&t=15s&ab_channel=NancyRisol).

Algo que se oficializa al poco tiempo, con la recepción de la placa de plata enviada por YouTube para felicitarla. Aunque solo sea un objeto simbólico, el momento de su apertura constituye un acontecimiento importante puesto que el vídeo en el que queda grabado es el primero del canal en alcanzar el millón de reproducciones.<sup>5</sup> Si este hecho es tan excepcional también es porque Nancy es la primera *youtuber* ecuatoriana en llegar a tales cifras. Pero su ascenso solo está por empezar. En septiembre de 2019, YouTube le manda esta vez una placa de oro por haber cumplido un nuevo récord: el millón de suscripciones. Un logro celebrado con humor y cierto distanciamiento en el vídeo «Hice caldo de mi Toro por llegar a un millón de suscriptores»<sup>6</sup>.

50

Ambas recompensas, aunque estén emitidas de manera automática por la sucursal de Google, son realmente significativas, puesto que aseguran un reconocimiento de la *youtuber* entre la comunidad de creadores de la plataforma. De esta manera, Nancy Risol pasa oficialmente a formar parte del panorama del YouTube de habla hispana, tanto a nivel nacional como regional. O más bien a la inversa, ya que los observatorios mediáticos de Ecuador tardan un poco en captar la fulgurante notoriedad de una de sus compatriotas. Un descuido que aprovecha un medio de comunicación mexicano para adelantarse y nominar a Nancy para los premios Eliot Awards 2019, que recompensan a los líderes de la esfera digital. Si esta vez Nancy no recibe el galardón, su participación en el evento en México la lleva a realizar su primer viaje fuera del

---

5 «Gracias a Firulais y a mi Toro | Nancy Risol | Placa 100k», Nancy Risol, video en YouTube, 11 de junio de 2019, acceso el 16 de junio de 2022, <https://www.youtube.com/watch?v=VUZzvXWFtEQ&t=239s>.

6 «Hice caldo de mi Toro por llegar a un millón de suscriptores/Nancy Risol», Nancy Risol, video en YouTube, 17 de septiembre de 2019, acceso el 16 de junio de 2022, [https://www.youtube.com/watch?v=QX1QymIIHgc&ab\\_channel=NancyRisol](https://www.youtube.com/watch?v=QX1QymIIHgc&ab_channel=NancyRisol).

país, propulsándola de inmediato en el centro de atención junto a un elenco formado por los *youtubers* más famosos de la región.<sup>7</sup> Una situación que se repite al poco tiempo, ahora en el Ecuador, cuando es reconocida como «Youtuber del año» en los Premios TC a la Música. Este evento le atribuye finalmente una fama nacional que se consolida cuando, en 2020, los productores de la famosa serie web Enchufe.tv la invitan a hacer un cameo en el rodaje de su vídeo «Viendo como chica en la calle»<sup>8</sup>.

Gracias a esa súbita notoriedad, Nancy consigue entonces hacer cada vez más real la ambición que la había llevado a empezar su trayectoria en YouTube. Efectivamente, en uno de sus primeros vídeos había confesado que su mayor deseo era ser actriz. Un sueño que parece estar cumpliendo, ya que son cada vez más importantes sus apariciones en varias producciones audiovisuales, llegando incluso a ser la protagonista de su propio cortometraje enfocado y rodado en la comunidad Saraguro, que es su mayor fuente de inspiración para la creación de sus contenidos.<sup>9</sup>

51

## 2. Indígenas en el YouTube ecuatoriano

Como es de suponer, por su pertenencia al pueblo saraguro es poco probable que las condiciones de trabajo de Nancy Risol se parezcan a las de otros *influencers*. La especificidad de su caso estriba par-

7 «Nancy Risol compartió con varios *youtubers* durante su viaje a México», *El Universo*, 31 de octubre de 2019, acceso el 16 de junio de 2022, <https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2019/10/29/nota/7581671/experiencia-nancy-risol-mexico/>.

8 «Viendo Como Chica en la Calle | enchufetv», Enchufe.TV, vídeo en YouTube, 8 de marzo de 2020, acceso el 16 de junio de 2022, [https://www.youtube.com/watch?v=gKiWjWuQsGg&t=63s&ab\\_channel=enchufetv](https://www.youtube.com/watch?v=gKiWjWuQsGg&t=63s&ab_channel=enchufetv).

9 «XXX1991 cortometraje oficial / Nancy Risol», Nancy Risol, vídeo en YouTube, 18 de agosto de 2021, acceso el 16 de junio de 2022, <https://www.youtube.com/watch?v=aGeHcjfBigI>.

ticularmente en una doble reclusión, a la vez geográfica y social. Si la primera es más evidente (el cantón de Saraguro no es el más conectado de la provincia), la segunda tiene que ver con la situación de Ecuador y de la región latinoamericana en sí en el mapa de los intereses político-financieros de Google. De hecho, a pesar del importante número de creadores del subcontinente que acoge YouTube y del éxito de sus vídeos,<sup>10</sup> es manifiesta la carencia de institucionalización de la plataforma en Ecuador, dada la poca presencia del gigante tecnológico en América Latina. De las seis oficinas que están implantadas allí (respectivamente en Ciudad de México, Bogotá, Belo Horizonte, São Paulo, Santiago de Chile y Buenos Aires), la de Bogotá es la única presente en toda la zona andina.<sup>11</sup> Dicha ausencia podría resultar insignificante puesto que no impide el afán creativo de los *youtubers* de la región. Pero, en realidad, determina a niveles insospechados sus condiciones de producción de contenidos.

A este respecto, un artículo del diario guayaquileño *El Telégrafo* informa sobre la poca rentabilidad de YouTube en Ecuador. Explica que en otras partes del mundo un *youtuber* tiene dos maneras principales para generar dinero mediante la plataforma: o incluyendo anuncios publicitarios en sus vídeos, o recibiendo el patrocinio de alguna marca. Una situación inimaginable para los ecuatorianos antes de 2017, puesto que no les era imposible monetizar sus vídeos. En efecto, el hecho de que sus contenidos se dirigieran casi exclusivamente a un consumo nacional no permitía

---

10 «Estos son los videos y Creadores más populares de 2020», Karla Agis, *Youtube Official Blog*, 1 de diciembre de 2020, acceso el 16 de junio de 2022, <https://blog.youtube/intl/es-419/culture-and-trends/estos-son-los-videos-y-creadores-mas-populares-de-2020/>.

11 «Nuestras Oficinas», Google, acceso el 20/06/2022, <https://about.google/intl/es-419/locations/?region=latin-america>.

que las agencias de publicidad en Internet despertaran un interés por el país de manera más temprana. Hasta hoy, por la falta de oficina de la empresa norteamericana en Ecuador, los creadores de contenidos ecuatorianos siguen sin recibir directamente el dinero correspondiente a las reproducciones generadas por sus vídeos, por depender de la sede bogotana de Google. De ahí el carácter bastante excepcional del éxito de Nancy Risol que tiene la suerte de haber llegado a la plataforma en un momento en que, por fin, los *youtubers* andinos podían por lo menos monetizar sus vídeos. Una situación de desigualdad que ella prefiere desdramatizar con chistes, presumiendo del dinero que genera en la plataforma: «Gracias a sus suscripciones y al *money* que me dan estoy relajada, acostada y mirando el hermoso panorama y con mi alberca privada»<sup>12</sup>.

Pero, más allá de la broma, la cuestión de las remuneraciones de los *youtubers* es de suma importancia, puesto que condiciona en la mayoría de los casos la capacidad de los creadores para seguir produciendo contenidos. Con toda naturalidad, Nancy decide compartir esta problemática con su audiencia al confesarse sin rodeos acerca de lo que gana en la plataforma. Como pocos *youtubers* se atreven a hacerlo, ella enseña a cámara el detalle de los análisis de su canal que indican una ganancia de tres mil quinientos dólares para el mes de septiembre de 2019.<sup>13</sup> Una cifra importante, pues refleja el impacto de su éxito en las redes. No contenta con eso, también procede a explicar cómo monetizar vídeos, aprovechando la ocasión para recordar, y denunciar a media voz, las trabas impuestas por YouTube a sus creadores de contenidos:

12 *Op. cit.* «Así es...», Nancy Risol, 2019, 1'20.

13 «Cuánto dinero gano en Internet (YouTube) 20.000 \$? | Nancy Risol», Nancy Risol, video en YouTube, 4 de octubre de 2019, 8'30, acceso el 20/06/2022, <https://www.youtube.com/watch?v=AH0kgNAE7Ws>.

¿Quién decide monetizar? Bueno, él que decide es nuestro papá YouTube. Él es quién decide si monetizar o no monetizar. Para que monetices tus vídeos siempre deben ser educativos, informativos y *family friendly*. Algo que sea útil para esta vida. Porque si no lo es, YouTube te bloquea y no hay *money*.<sup>14</sup>

Con toda la franqueza que la caracteriza, Nancy demuestra aquí que el título de su vídeo «Cuánto dinero gano en Internet» no era nada engañoso y que sus retribuciones, aunque sean altas, no alcanzan ni de lejos las desmesuradas expectativas de los periodistas que la imaginan millonaria. Eso sí, un éxito parecido al suyo explica que, como lo indica un titular del diario *El Telégrafo*, «los *youtubers* ecuatorianos est[é]n en la retina del mundo cada vez más»<sup>15</sup>.

54 En efecto, el repentino ascenso de Nancy en el mundo digital no pasa desapercibido. Pero lo interesante de su caso es que llama la atención de actores del mundo mediático que se detienen más en la peculiaridad de su perfil que en el trasfondo de sus vídeos. Mejor dicho, no se habla tanto de ella por ser la primera *youtuber* ecuatoriana de éxito, sino porque es la primera creadora de origen indígena de la región en hacerse famosa en la plataforma. De modo que pareciera que se cuestiona la presencia de una indígena en Internet, como si lo uno y lo otro fueran conceptos antinómicos. Pues a la realidad de la brecha digital étnica de la que padecen las comunidades indígenas en general (Catalán Pesce 2010) se suman los tópicos relacionados con estas. Por ejemplo, Juan Francisco Salazar explica cómo los imaginarios compartidos sobre las nuevas tecnologías siguen difundiendo la idea según la cual los indígenas

---

<sup>14</sup> *Ibid.*

<sup>15</sup> «Los *youtubers* ecuatorianos están en la retina del mundo cada vez más», Jean Carlo Amat Díaz, *El Telégrafo*, 4 de junio de 2016, acceso el 16 de junio de 2022, <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/1/los-youtubers-ecuatorianos-est-an-en-la-retina-del-mundo-cada-vez-mas>.

serían analfabetos digitales *per se* (Salazar 2007). Un punto de vista erróneo, pero aún de gran vigencia, como queda demostrado en un artículo de Iliana Pagán-Teitelbaum dedicado a la representación de la mujer indígena en su uso de la tecnología, en el que la investigadora declara:

En los principales medios de comunicación de América del Sur, la gran falta de representaciones positivas de los pueblos indígenas implica que el predominio de imágenes estereotipadas pone en peligro a comunidades que no tienen el poder de representarse a sí mismas de manera positiva [...] (Pagán-Teitelbaum 2017, 26).

Esta situación se confirma en el caso de Nancy puesto que los artículos de la prensa en línea dedicados a su caso, aunque valoren su trabajo y la novedad de sus contenidos, suelen reducirla a su pertenencia étnica. Cuando unos —por ejemplo, los medios mexicanos *Excelsior* y *Plumas Atómicas*— valoran su presencia en la plataforma considerándola como «la *youtuber* indígena que está rompiendo internet»<sup>16</sup> o «la indígena que conquistó YouTube»<sup>17</sup>, otros van hasta a imponerle una visión exotista. Véanse titulares como los del periódico ecuatoriano *Expreso* («Nancy Risol, la estrella *youtuber* que surgió de un páramo andino»<sup>18</sup>) y del *Courrier International*

16 Javier Báez, «Conoce a Nancy Risol, la *youtuber* indígena que está rompiendo internet», *Excelsior*, 23 de julio de 2019, acceso el 16 de junio de 2022, <https://www.excelsior.com.mx/trending/conoce-a-nancy-risol-la-youtuber-indigena-que-esta-rompiendo-internet/1326195>.

17 «Nancy Risol, la indígena que conquistó YouTube», *Plumas Atómicas*, 25 de julio de 2019, acceso el 16 de junio de 2022, <https://plumasatomicas.com/cultura/cultura-cultura/nancy-risol-youtube/>.

18 «Nancy Risol, la estrella *youtuber* que surgió de un páramo andino», *Expreso*, 19 de noviembre de 2019, acceso el 16 de junio de 2022, <https://www.expreso.ec/actualidad/nancy-risol-estrella-youtuber-surgio-paramo-andino-17983.html>.

de París («Nancy Risol, una dosis de humor llegada de los Andes ecuatorianos»<sup>19</sup>) que perpetúan el simbolismo místico de la naturaleza latinoamericana.

En este marco, estudiosos como Faye Ginsburg han descrito los lineamientos de una tendencia cada vez más importante hacia una «indigenización de los medios» (Ginsburg 2008). La antropóloga interpreta dicho fenómeno como el intento por parte de las comunidades indígenas que estudió de ganar en visibilidad en los medios, a modo de contraofensiva, para tener más peso en los debates y procesos políticos. Y aunque este no parece realmente ser el fin de los contenidos producidos por Nancy, lo cierto es que su fama por sí sola abre una brecha en Internet para que otros indígenas sigan sus pasos, como es el caso de la comunidad Saraguro en la que vive.<sup>20</sup>

56

De hecho, la propia Nancy reconoce haber dado el salto a la red con la ayuda de Pedro Tene (@Ahora Pit en YouTube), otro *youtuber* saraguro. Él fue quien la inició en la plataforma y le facilitó la mejora de la calidad de sus contenidos a lo largo del período durante el cual se encargó de la grabación y de la edición de sus

---

19 Julien Lecot, «La personne à suivre. Nancy Risol, une dose d'humour venue des Andes équatoriennes», *Courrier International*, 25 de octubre de 2021, acceso el 16 de junio de 2022, <https://www.courrierinternational.com/revue-de-presse/la-personne-suivre-nancy-risol-une-dose-dhumour-venue-des-andes-equatoriennes>.

20 Una de las pistas de interpretación de la relativa implementación de tecnologías digitales entre los integrantes más jóvenes de la comunidad Saraguro podría ser el resultado de iniciativas gubernamentales, como las del Fodotel (Fondo de Desarrollo de las Telecomunicaciones) que desde 2005 buscó conectar las zonas periurbanas y rurales a los sistemas de red inalámbrica nacionales, así como los distintos proyectos de infocentros lanzados a través del país, que proponen a los ciudadanos módulos de aprendizaje básico y avanzado para el uso de las herramientas digitales, particularmente activos durante los mandatos de Rafael Correa a través de la creación en 2009 del Mintel (Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información). De hecho, según las estadísticas de la institución, el cantón de Saraguro cuenta con la presencia de dos infocentros: uno en Saraguro y otro en San Antonio de Qumbe.

vídeos. Su influencia fue tan importante que se convirtió, en un primer momento, en el verdadero administrador de este canal y de otros, hasta el punto de constituir una red de creadores de contenidos entre la comunidad. Pues, aprovechando los efectos de este círculo virtuoso, la rápida popularidad de Nancy permitió a su vez introducir a nuevos integrantes en la práctica de YouTube, entre los cuales destacan los canales de @Edis Vlogs, @Ruth Guamán y @AshukitO, que relacionan todos, en mayor o menor medida, su producción de contenidos con la cultura saraguro. Por eso, periodistas de *Infobae* y de *El Comercio* vieron en esta difusión rizomática de la cultura digital un movimiento de reproducción social horizontal, acotando finalmente la comunidad Saraguro de «cuna de *youtubers*»<sup>21</sup> o de «semillero de “*influencers*” indígenas»<sup>22</sup>.

Así es como, en torno al fenómeno «Nancy Risol», han ido surgiendo productoras y programas únicamente dedicados a la creación de contenidos para YouTube, que representan una nueva fuente de ingreso para la comunidad. Es más, ahora la plataforma parece ser un verdadero espacio de profesionalización para algunos saraguros que la consideran como una alternativa económica —ante la alta tasa de desempleo y la pobreza de los vecinos de la provincia de Loja— cuya mayor ventaja es de localizarse en la misma comunidad. Una dinámica que la trayectoria de Nancy viene a confirmar y que caracteriza la naturaleza peculiar de su producción audiovisual.

21 Yalilé Loiza, «Una comunidad indígena de Ecuador se convirtió en cuna de *Youtubers*», *Infobae*, 8 de octubre de 2021, acceso el 16 de junio de 2022, <https://www.infobae.com/america/america-latina/2021/10/08/una-comunidad-indigena-de-ecuador-se-convirtio-en-cuna-de-youtubers/>.

22 Lineida Castillo, «Saraguro tiene una especie de semillero de “*influencers*” indígenas», *El Comercio*, 7 de octubre de 2021, acceso el 16 de junio de 2022, <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/saraguro-influencers-indigenas-redes-sociales.html>.

## II. La fábrica de una *youtuber* atípica

### 3. El perfil de una antiinfluencer

58

Para entender lo que hace que Nancy sea una creadora de contenidos especial, es útil leer los comentarios que sus suscriptores dejan en sus vídeos. Independientemente de sus pertenencias culturales, la mayoría valora su afán creativo, tanto a nivel nacional («Increíble ver cómo gente ecuatoriana lo hace con estilo y profesionalismo»<sup>23</sup>, aplaude @Dianita Sailema), como a nivel regional («Qué padre ver proyectos de calidad de este tipo en Latinoamérica»<sup>24</sup>, felicita @Enrique Munguía). Aunque lo cierto es que la simple presencia de Nancy en la plataforma favorece un sentimiento de identificación por parte de los internautas con orígenes indígenas, lo que la convierte en un referente que, a diferencia de otros, queda a su alcance: «Yo también soy indígena y estoy muy orgulloso de que tú pongas nuestro nombre en alto»<sup>25</sup>, agradece @Nicky117.

Dicha asequibilidad se experimenta desde los primeros vídeos de Nancy en YouTube. Pues estos, grabados con móvil y publicados con poca edición, se distinguen por su simplicidad de concepción. En esta medida, corresponden a lo que Israel Márquez y Elisenda Ardèvol conciben como el «estilo youtuber»:

[Una] de las características fundamentales del estilo youtuber es el carácter artesanal o casero de los videos, grabados por lo general en el interior de una habitación con una cámara o una webcam. A pesar de que en los últimos años algunos *youtubers*

---

23 *Ibíd.*

24 *Ibíd.*

25 *Ibíd.*

han adoptado una estética más profesional y su éxito y popularidad ha hecho que cuenten con más medios y posibilidades para realizar producciones de alta calidad, siguen prefiriendo y conservando el formato casero de sus comienzos, de esta forma perpetúan la ideología del *do it yourself* [...] (Márquez y Ardèvol 2018, 38).

Un análisis que se comprueba con el caso de Nancy ya que, si bien es cierto que la estética de los vídeos de la *youtuber* ecuatoriana va cambiando mientras más famosa se hace —por ejemplo, utiliza micros y hasta drones para grabar—, nunca se aleja mucho de su autenticidad original. De hecho, cualquiera diría que lleva al extremo el «carácter artesanal» del estilo *youtuber* mencionado por los autores. Por ejemplo, suele grabarse en medio del campo con sus animales de fondo, que muchas veces tienen el protagonismo, delante de una casa de barro que es su principal set de rodaje. Es más, sus primeros vídeos virales cuentan justamente entre los menos guionizados de su canal, lo que no parece incitarla a alejarse de la marca de fábrica que la define: un humor sencillo y ligero.

Por eso, según sus propios suscriptores, su mayor rasgo distintivo resulta ser su autenticidad. Una característica debida a su manera personal de pensar la creación de contenidos para una plataforma tan institucionalizada y lucrativa como YouTube que, como bien lo menciona el periodista Jenrique Acebes, la distingue de cualquier otro *influencer*:

¿Quién más genera un contenido tan auténtico desde el sur del Ecuador? Y por auténtico nos referimos a una voz que sin necesidad de producción, intentos de promoción turística, explora-

ciones etnográficas o políticas de minorías logra contagiar con encanto su entorno y cotidianidad.<sup>26</sup>

De ahí la posibilidad de considerar a Nancy como una «antiinfluencer»<sup>27</sup>, puesto que no respeta de entrada los patrones de promoción o de producción difundidos entre la comunidad de creadores de la plataforma. Tal es la razón por la que muchos actores del mundo mediático se interesan por su perfil, como es el caso del medio digital español *PlayGround* que le dedicó un reportaje en el que se trata de entender la aparición de semejante alienígena en la red:

Las hipótesis teóricas de McLuhan y la poética literaria de Borges alcanzan su cúspide cuando dos realidades aparentemente disímiles se tocan gracias a los cables que nos conectan en la era digital. Y es en ese contexto que surge el canal de Nancy Risol [...]»<sup>28</sup>.

60

Este es un punto de vista compartido por un internauta colombiano, que considera los vídeos de Nancy como una nueva expresión del realismo mágico, «esa especie de surrealismo común, de ebriedad social, hace que este tipo de contenidos, de realidades que son propias a todos los latinos, puedan ser compartidas»<sup>29</sup>. Según estas interpretaciones, el fenómeno «Nancy Risol» sería, pues, una ocurrencia de la cosmogonía ambiente en la realidad latinoamericana.

---

26 Enrique Acebes, *Op. cit.* «Nancy Risol...», 2019.

27 Cesar Gelvez Espinel, *Op. cit.* «Nancy Risol...», 2019, traducción propia.

28 Enrique Acebes, «Nancy Risol y el YouTube que no conoce fronteras», *PlayGround*, 26 de septiembre de 2019, acceso el 16 de junio de 2022, [https://web.archive.org/web/20191106030431/https://www.playgroundmag.net/cultura/nancy-risol-y-el-youtube-que-no-conoce-fronteras\\_47460384.html](https://web.archive.org/web/20191106030431/https://www.playgroundmag.net/cultura/nancy-risol-y-el-youtube-que-no-conoce-fronteras_47460384.html).

29 Traducción propia. César Gelvez Espinel, «Nancy Risol: L'anti influenceuse avec 2 millions d'abonnés. Un coup de pied au Kardashiannisme», 9 de octubre de 2019, acceso el 16 de junio de 2022, <https://www.linkedin.com/pulse/nancy-risol-l-anti-influenceuse-avec-2-millions-dabonn%C3%A9s-cesar-gelvez/?originalSubdomain=fr>.

americana que reúne, en el presente caso, la cultura digital y la cultura kichwa.

#### 4. Apropiarse los códigos de Internet

Dicho esto, el perfil de *antiinfluencer* que parece corresponder a Nancy no implica automáticamente su distanciamiento constante de los principales mecanismos que mueven la plataforma. De hecho, al ver estos vídeos es posible apreciar la influencia de los contenidos audiovisuales que consume en la producción de los suyos. Si los asume como referencias, es sobre todo para inspirarse libremente de ellos y adaptarlos a su estilo. Esto se nota particularmente en su manera de trabajar los elementos peritextuales de sus vídeos, como los títulos y las miniaturas, puesto que respetan un modelo mediático frecuentemente utilizado por los *youtubers* para generar visitas. A modo de ejemplo, casi todos los títulos aparecen escritos en mayúscula, con formulaciones que buscan deliberadamente generar *clickbait*<sup>30</sup> («ESTOY EMBAZADA?»; «CUANTO DINERO GANO EN INTERNET (YouTube) 20.000 \$?»; «CORTE MI CABELLO (ya no soy indígena?)»). De la misma manera, las miniaturas son fotomontajes en los que suelen superponerse varios elementos disímiles: una foto divertida de Nancy sacada del vídeo, un subtítulo descriptivo de colores vivos, a los que se suman otros elementos figurativos, como flechas, imágenes o emojis.

En cuanto a las estrategias de edición, se suman en sus vídeos un conjunto de elementos que constituyen los códigos es-

<sup>30</sup> También conocido como el «anzuelo de clics», el *clickbait* es una manera de escribir que busca asegurar el clic de los internautas, intrigados por algún titular llamativo.

estructurales de los contenidos *mainstream* de la plataforma: una *intro* y un *outro* musicales, un saludo a los suscriptores (el famoso «Hello amigos» en su caso), una serie de cortes y de efectos que pautan el ritmo del vídeo, así como un universo de referencias a la cultura pop. Al fin y al cabo, todas esas estrategias promocionales tienen como único fin llamar la atención de potenciales espectadores para que se decanten por los vídeos de Nancy, entre las muchas otras más posibilidades que propone la página de inicio de YouTube.

62

Más allá de esto, su total incorporación de los cánones visuales de la plataforma queda demostrada en sus vídeos: a la par que se dirige a su abuela en kichwa o a vecinos que interrumpen su grabación, no es raro escuchar a Nancy hablar en inglés, como cuando se burla del expresidente norteamericano («Invité a mi *crush*, a Donald Trump, él me dijo “Nancy Risol *I love you, you are my crush*”»<sup>31</sup>) o cuando cita irónicamente entre sus patrocinadores a marcas de rango internacional («Desde que empecé a hacer vídeos, mi vida ha cambiado y todos quieren trabajar conmigo: Gucci, Victoria’s Secret, Nike, Adidas y hasta Huawei»<sup>32</sup>). De la misma manera, retoma a menudo los formatos más emblemáticos de la plataforma —como el famoso «Preguntas y respuestas», el «50 cosas sobre mí», los tutoriales y demás *challenges*— que destacan todos por su propensión a la viralidad (Beauvisage 2011) y porque difunden una visión idealizada del mito de la vida perfecta en In-

31 «HicecaldodemiToroporllegaraunmillóndesuscriptores|NancyRisol», Nancy Risol, video en YouTube, 17 de septiembre de 2019, 5’00, acceso el 20/06/2022, [https://www.youtube.com/watch?v=QX1QymIIHgc&ab\\_channel=NancyRisol](https://www.youtube.com/watch?v=QX1QymIIHgc&ab_channel=NancyRisol).

32 «Así es mi vida como influencer | Nancy Risol», Nancy Risol, video en YouTube, 1’40, acceso el 20/06/2022, [https://www.youtube.com/watch?v=AsIvwG9f-RA&t=1s&ab\\_channel=NancyRisol](https://www.youtube.com/watch?v=AsIvwG9f-RA&t=1s&ab_channel=NancyRisol).

ternet (Dolan 2020). Un espejismo del que la *youtuber* se suele mostrar, como lo hace en el vídeo «Así es mi vida como *influencer*»<sup>33</sup>, en el que se mete en la piel de una *youtuber* de éxito, hablando a sus amigos que la están grabando como si fueran su equipo de producción («Dale producción, póngame la música. Aj pinche producción, no sirve, yo le pago»<sup>34</sup>). Asimismo, se burla de la notoriedad que ella misma está adquiriendo al dirigirse continuamente a su comunidad de suscriptores como si estuviera compuesta por una audiencia internacional: «Quería agradecerles a todos por el gran apoyo que me han dado. Muchas gracias a toda la *world*. Solo hace falta que me vean en China nada más»<sup>35</sup>.

De esta manera, aprovecha el espacio de atención que le otorgan las redes para parodiar a los propios actores de la plataforma. De modo que no se contenta con solo adoptar los códigos de Internet, sino que se los apropia para proporcionar su perspectiva sobre el funcionamiento de YouTube. Por eso no se puede considerar a Nancy como una *youtuber* cualquiera, ya que tiene interiorizadas las expectativas de su estatuto para hacer un uso asertivo de ello, pues su mayor aportación a la comunidad virtual es la de dar una nueva mirada sobre las posibilidades ofrecidas por la interfaz, en particular para crear contenidos híbridos que renuevan prácticas mediáticas ya muy ancladas en la cultura digital.

---

<sup>33</sup> *Ibíd.*

<sup>34</sup> «Dicen que no tengo talento, los odio a todos!», Nancy Risol, video en YouTube, 19 de febrero de 2019, 2'30, acceso el 20/06/2022, <https://www.youtube.com/watch?v=SnWdl4VFDGw>.

<sup>35</sup> «Mi primer año en Internet | Nancy Risol», Nancy Risol, video en YouTube, 1 de agosto de 2019, 1'25, acceso el 20/06/2022, [https://www.youtube.com/watch?v=ScC73WXp074&t=255s&ab\\_channel=NancyRisol](https://www.youtube.com/watch?v=ScC73WXp074&t=255s&ab_channel=NancyRisol).

### III. Hacia una producción audiovisual híbrida

#### 5. Una *youtuber* contrahegemónica

64

Quizás lo más original del caso de Nancy sea que, desde su perspectiva de creadora indígena, produzca a través de sus vídeos «una especie de crítica *desde dentro* hacia todo el entramado digital, mediático y espectacular en el que se sustenta el fenómeno *youtuber*» (Márquez y Ardèvol 2018, 45). O sea, una crítica abierta a la cultura hegemónica y estandarizada, masivamente difundida por YouTube. En efecto, si la saraguro se apropia de los formatos de YouTube no parece tanto ser con el fin de proponer una copia de ellos, sino para proporcionar una versión reinterpretada y resignificada desde su propio punto de vista. Es decir, lo que consideramos como una producción audiovisual híbrida. Por eso, retomando la terminología de Márquez y Ardèvol, Nancy podría ser calificada de «*youtuber* contrahegemónica».

En tales circunstancias, es preciso enfatizar el hecho de que, por su pertenencia étnica a la comunidad Saraguro, la *youtuber* da acceso con sus vídeos a una realidad poco visibilizada que solo los documentales, o más recientemente los videoblogs de viaje, suelen enseñar. Como bien lo subraya un periodista de *PlayGround*, «[l]o más extraordinario de consumir el contenido del canal de Nancy es darte cuenta de la multiplicidad de realidades que se repiten en todo el planeta y que internet nos permite presenciar en vivo»<sup>36</sup>. Así, aprovechando la total ubicuidad facilitada por las redes sociales, no es raro que Nancy abra sus vídeos enseñando los paisajes naturales en los que vive. A modo

---

<sup>36</sup> Enrique Acebes, *Op. Cit.*, «Nancy Risol...», 2019.

de ejemplo, empieza el vídeo especial que graba para celebrar su primer año en las redes presentando, de fondo, la sierra de Gera que la vio crecer: «Hello amigos ¿Cómo están? Estoy aquí en Gera, en mi tierra. Se puede observar el Mirador de Gera, observen la hermosa vista»<sup>37</sup>. En otra ocasión, la volvemos a encontrar en lo alto del cerro de Yunga en un vídeo que parodia los documentales rodados en los Andes, en el que transforma el logotipo de *National Geographic* en «Native Risol», mientras cumple el reto de cocinar en condiciones extremas a la manera del programa *MasterChef*.<sup>38</sup> De tal modo que, ya solo con la elección de sus lugares de rodaje, ofrece un punto de vista que se distancia de los estándares de la vida cosmopolita de nuestro siglo y de su sociedad de las apariencias (Amadiou 2016).

Un postulado que también se nota en el aspecto de la choza en la que graba la mayoría de sus vídeos. Véase la descripción que da de ella el diario *Expreso*:

La idea de confort que la gente de la ciudad suele tener no se refleja en la casa de [Nancy Risol]. Su vivienda está ubicada en un páramo andino del sur del país. Las paredes están construidas de bareque (lodo y paja) y el techo formado con rústicas tejas. Al ingresar a la humilde vivienda se observa un fogón de leña tradicional en el centro de lo que sería la sala o comedor. Es el hogar donde habita y ha vivido siempre una de las *youtubers* más conocidas en el Ecuador y el mundo<sup>39</sup>.

<sup>37</sup> Nancy Risol, *Op. cit.* «Mi primer año...», 2019, 0'01.

<sup>38</sup> «Comidas exóticas | Nancy Risol», Nancy Risol, video en YouTube, 4 de marzo de 2020, acceso el 20/06/2022, [https://www.youtube.com/watch?v=Te-j9WGU00s&t=5s&ab\\_channel=NancyRisol](https://www.youtube.com/watch?v=Te-j9WGU00s&t=5s&ab_channel=NancyRisol).

<sup>39</sup> *Op. cit.* «Nancy Risol...», *Expreso*, 2019.

Este esbozo de la supuesta casa de Nancy viene directamente inspirado de su vídeo «Conozcan mi penthouse». En este enseña a cámara una barraca que introduce de la siguiente manera: «Hoy les presento mi *penthouse* y haremos también un *room-tour*. Los *youtubers* han hecho eso. Y yo digo ok, yo no me quedo atrás»<sup>40</sup>. Desde ya, cualquier suscriptor que conozca la poca sutileza del humor de la ecuatoriana entiende que está presenciando una broma. En realidad, si Nancy confirma en un vídeo posterior que esta fue efectivamente la casa en la que creció,<sup>41</sup> al mismo tiempo indica lo mucho que cambió desde entonces, pues quedó abandonada después de que su familia se mudara a otro lugar más de diez años atrás. De modo que la descripción altamente costumbrista del diario ecuatoriano no traduce las verdaderas condiciones de vida de Nancy, sino que parece estar buscando provocar cierto sensacionalismo en el lector al seguir reproduciendo imaginarios tópicos que están asociados a las nacionalidades indígenas.

66

Esta perspectiva, la saraguro trata de cambiarla a través de una serie de vídeos en los que da a ver el proceso de construcción de su propia casa, que admite haber pagado con las retribuciones de YouTube. Si bien insiste orgullosamente en el empleo de técnicas locales y de materiales naturales en el proceso de elaboración, vuelve repetidas veces sobre la presencia de todas las comodidades necesarias, enseñando así a su audiencia que una vivienda contemporánea de la comunidad Saraguro puede contar con todas ellas, con tal de que sus finanzas se lo permitan. Esto prueba la alta consciencia que Nancy tiene de su condición socioétnica como indígena y de la recepción que esta puede tener en el entorno digital

---

40 «Conozcan mi penthouse | Nancy Risol», Nancy Risol, video en YouTube, 3 de julio de 2019, 0'15, acceso el 20/06/2022 [https://www.youtube.com/watch?v=yOR7UvRma5Y&ab\\_channel=NancyRisol](https://www.youtube.com/watch?v=yOR7UvRma5Y&ab_channel=NancyRisol).

41 «Aquí fue donde nací, crecí y aún no me reproduzco / Nancy Risol», Nancy Risol, video en YouTube, 7 de marzo de 2022, 10:02, <https://www.youtube.com/watch?v=f81PQuN-Uzg>.

en el que se mueve. Por consiguiente, su presencia en la plataforma también representa una verdadera oportunidad para tratar de cambiar las mentalidades de su audiencia, a partir de los vídeos que más se adentran en el día a día de los saraguros.

## 6. La cultura saraguro en YouTube

A diferencia de lo que se podría pensar, no parece que Nancy Risol trate de difundir una denuncia directa de las luchas de poder existentes en torno al mundo indígena y su cultura. Sin embargo, el simple hecho de enseñar a cámara la realidad que está detrás de los estereotipos atribuidos a las poblaciones indígenas puede ser considerado como una manera de proponer una perspectiva ideológica acerca de la cosmovisión kichwa. Como prueba de ello, en todos sus vídeos Nancy afirma con orgullo sus orígenes indígenas. Al respecto, abre uno de ellos identificándose de la siguiente manera: «Como ustedes sabrán amigos, yo soy una mujer indígena. ¿Qué quiere decir esto? Bueno, que pertenezco a una cultura: tenemos nuestras propias tradiciones, nuestras propias costumbres y también nuestro propio idioma, que es el kichwa»<sup>42</sup>.

La intención de sensibilizar a la audiencia mediante contenidos divulgativos está más que clara. Esto se nota particularmente en aquellos vídeos que se dedican a mostrar los aspectos tradicionales de su pueblo. A modo de ejemplo, en el vídeo «Cosechando maíz»<sup>43</sup> lleva consigo la cámara en el campo para enseñar las técnicas y los utensilios que usa, pero también cómo toda su

42 «Cuánto cuesta mi ropade mujer indígena(carovsbarato) | Nancy Risol», Nancy Risol, vídeo en YouTube, 19 de octubre de 2020, 0'25, acceso el 20/06/2022, [https://www.youtube.com/watch?v=T3VyEKb\\_A2Y&t=376s&ab\\_channel=NancyRisol](https://www.youtube.com/watch?v=T3VyEKb_A2Y&t=376s&ab_channel=NancyRisol).  
43 «Cosechando maíz | Nancy Risol», Nancy Risol, vídeo en YouTube, 10 de julio de 2020, acceso el 20/06/2022, [https://www.youtube.com/watch?v=KZwxP-C\\_trA&t=14s&ab\\_channel=NancyRisol](https://www.youtube.com/watch?v=KZwxP-C_trA&t=14s&ab_channel=NancyRisol).

familia se ve involucrada en el proceso de cosecha. Con cierto tono de educadora, se dirige a sus internautas para explicarles hasta qué punto su vida y la de su comunidad están ligadas al ciclo del precioso cereal. Un *modus operandi* que repite en un vídeo dedicado a uno de los aspectos visuales más distintivos de la identidad saraguro: el sombrero. El que lleva como título «Así está hecho mi sombrero»<sup>44</sup> muestra un caso de contenido particularmente trabajado en el que el espectador sigue a Nancy en todas las etapas de realización del obraje. En una alternancia de planos generales, que dan vistas a la sierra, y primeros planos enfocados en la *youtuber*, la vemos cortar ella misma la lana del borrego, hervirla, secarla, tenderla y finalmente pintar el sombrero blanco y negro tan característico de los saraguros.

68

Analizados desde los estudios de recepción, estos vídeos sugieren una voluntaria puesta en escena de Nancy ante el emisor de su contenido. Entre la tipología de «actividades mediáticas cotidianas» proporcionada por el sociólogo John Thompson, se podría considerar dicha puesta en escena como una «actividad cotidiana simulada» (Thompson 1997, 125) cuya meta es otorgar más autenticidad al objeto audiovisual. Pues, en el segundo caso, el principal fin de Nancy parece ser la promoción de una artesanía local, ampliamente difundida ya en varios medios de comunicación del país. Pero la mayor diferencia aquí es que quien se encarga de esta promoción es otra saraguro, como lo es el mismo artesano de sombreros. Lo que permite que no se le imponga obligatoriamente la marca del turismo comunitario, como había sido el caso en ocasio-

---

44 «Así está hecho mi sombrero | Nancy Risol», Nancy Risol, video en YouTube, 5 de abril de 2020, acceso el 20/06/2022, [https://www.youtube.com/watch?v=g6-lBu2WauE&t=605s&ab\\_channel=NancyRisol](https://www.youtube.com/watch?v=g6-lBu2WauE&t=605s&ab_channel=NancyRisol).

nes anteriores.<sup>45</sup> Esta perspectiva inédita sobre la cultura indígena constituye, sin lugar a dudas, uno de los motivos de la adhesión de un público amplio a los contenidos de la *youtuber*. De hecho, como lo analiza un internauta colombiano residente en Francia:

En el caso de Nancy, lo que hace que su trabajo sea novedoso es su línea editorial: volver a los orígenes, mostrar una realidad lejana y cercana en América latina: todos conocemos los trajes tradicionales de su etnia, pero nunca estuvimos en su casa con ellos.<sup>46</sup>

Así, como bien lo recuerda la antropóloga Gabriela Bernal en una entrevista dada a la revista en línea *Distintas Latitudes*, la forma de vestir de los indígenas se convierte en uno de los mayores argumentos para defender y dar a conocer su cultura.<sup>47</sup> A este propósito, la *youtuber* declara que «en YouTube siempre h[a] estado representando cómo se veía con la vestimenta que es propia de saraguro»<sup>48</sup>. A través de dichas palabras, deja implícitamente entender la importancia para ella de que no solo la identifiquen como una indígena en las redes, sino también de aparentarlo delante de la cámara.

Desde esta perspectiva, no es nada sorprendente que la *youtuber* satisfaga la curiosidad de sus suscriptores enseñándoles la pluralidad de sus estilos. En los vídeos «Cuánto cuesta

45 Lilia Arias, «El sombrero saraguro, símbolo de productividad», *El Comercio*, 26 de septiembre de 2014, acceso el 20/06/2022, <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/ecuador-saraguro-sombrero-conocimiento-ancestral.html>.

46 Cesar Gelvez Espinel, *Op. cit.* «Nancy Risol...», 2019, traducción propia.

47 José Mendieta, «Moda indígena en Ecuador: para no negar la identidad», *Distintas Latitudes*, 11 de agosto de 2017, acceso el 16 de junio de 2022, <https://distintaslatitudes.net/oportunidades/11128-2>.

48 *Op. cit.* «Mi historia...», Nancy Risol, 2019, 10'20.

mi ropa de mujer indígena»<sup>49</sup> y «Les presento mis outfits indígenas»<sup>50</sup> enumera los distintos elementos que constituyen una vestimenta saraguro completa (el sombrero, los aretes, el collar de piedras, el topo de plata, la blusa, la paje, la pollera, el anaco y la bayeta). También, en «Así luce una novia indígena con su traje»<sup>51</sup> explica el proceso de preparación de la vestimenta tradicional de una novia, compuesta por una enagua blanca, una chalina, una ovalaca (decoración para la cabeza) y un rosario de plata. Inspirándose así en los vídeos en los que los *influencers* enseñan sus «*outfits*» a su audiencia para crear efectos de moda, Nancy estaría fomentando a su vez un fenómeno de revalorización de la vestimenta indígena, a través de un nuevo formato audiovisual únicamente destinado a la moda indígena. Eso sí, primero con el fin de revalorizar los aspectos más tradicionales de la vestimenta saraguro, pero también con el objetivo de enseñar sus evoluciones más actuales.

Los contenidos de la saraguro constituyen, pues, por una parte, el testimonio de una rotunda supervivencia en la actualidad de las costumbres indígenas, a la vez que son, por otra parte, una manera de demostrar las posibilidades de convivencia entre tradición y contemporaneidad. Prueba de ello son los reiterados comentarios de Nancy acerca del cambio de mentalidades dentro de su comunidad, que contrarrestan firmemente las representaciones anticuadas de una vida indígena anclada en la tradición que si-

---

49 *Op. cit.* «Cuánto cuesta...», Nancy Risol, 2020.

50 «Les presento mis outfits indígenas», Nancy Risol, video en YouTube, 13 de marzo de 2021, acceso el 20/06/2022, [https://www.youtube.com/watch?v=8O3QjYhYwqw&ab\\_channel=NancyRisol](https://www.youtube.com/watch?v=8O3QjYhYwqw&ab_channel=NancyRisol).

51 «Así luce una Novia indígena con su traje / Nancy Risol», Nancy Risol, video en YouTube, 25 de agosto de 2021, acceso el 20/06/2022, [https://www.youtube.com/watch?v=ljT9MyDcl\\_E&ab\\_channel=NancyRisol](https://www.youtube.com/watch?v=ljT9MyDcl_E&ab_channel=NancyRisol).

guen circulando hoy en día.<sup>52</sup> De esta forma, al dar a conocer en las redes las prácticas culturales de los saraguros —aunque solo sean las más características y folclóricas—, Nancy parece convertirse en algo así como una divulgadora mediática y un portaestandarte de su propia comunidad.

## Conclusión

A fin de cuentas, la presencia y el éxito de Nancy Risol en YouTube son una prueba optimista de la manera en que las redes sociales pueden favorecer el encuentro entre dos culturas supuestamente opuestas. Estos vídeos demuestran incluso su compatibilidad y su posibilidad de convivencia en un mismo formato audiovisual, siempre y cuando su creador esté en contacto directo con ambas y sirva de intercesor entre ellas. Lo que hace la *youtuber* ecuatoriana durante sus primeros años de trabajo al lograr la mayoría del tiempo una total compenetración entre la cultura digital y la cultura kichwa, sin que el resultado padezca de una superficialidad que se podría esperar en una plataforma en la que se suben cada vez menos contenidos *amateurs* (Kim 2012). Sin embargo, la espontaneidad característica de Nancy no impide que, en algunos casos, sus vídeos se aparenten a los documentales etnográficos y turísticos de los que se mofa, por las intenciones que le añaden un

---

52 A modo de ejemplo, Nancy explica en uno de sus vídeos: «Muchos tienen la idea de que por ser indígena no pueden cortarse el cabello, que los padres no les dan terreno y también que serán expulsados de la comunidad. Pero no, amigos, esto no se da actualmente. Tal vez se daba antes. Actualmente los jóvenes pueden hacer lo que quieran con su cabello». En «Corte mi cabello (ya no soy indígena?) | Nancy Risol», Nancy Risol, video en YouTube, 13 de noviembre de 2020, acceso el 20/06/2022, [https://www.youtube.com/watch?v=O6PEGCmeh\\_4](https://www.youtube.com/watch?v=O6PEGCmeh_4).

guion o una edición demasiado curados, así como la participación de algunos interesados patrocinadores. En efecto, la creciente profesionalización del canal de Nancy Risol no pasa desapercibida y tiene importantes consecuencias sobre sus modos de producción.

Últimamente, su institucionalización en la plataforma y en el panorama del YouTube latinoamericano la llevan a proponer contenidos que se distancian un poco más cada día de los vídeos que le permitieron conocer sus primeros éxitos. Así, desde 2021, Nancy sube a su canal cada vez más formatos que recogen tanto los códigos como la apariencia de los programas de televisión, asemejándose finalmente a superproducciones en las que sus trajes indígenas acaban por reflejar la marca de fábrica «Nancy Risol» y ya no tanto la identidad cultural de la saraguro que es. Tal es el caso del vídeo «Pasarela a mi estilo con vestimenta Saraguro»<sup>53</sup>, en el que un escenario natural de cataratas se convierte, con la ayuda de focos y cámaras de alta rendición, en el plató de un *show* televisivo que acoge sus desfiles. Finalmente, dicha evolución puede dar a pensar que los contenidos del canal de Nancy están perdiendo su autenticidad original. Algo que podría acabar provocando el descontento de sus suscriptores más fieles, al sentirse defraudados, como parece demostrarlo la bajada de visitas en sus vídeos del año 2022 que superan con dificultad la barra simbólica de las cien mil reproducciones. Una cifra que había significado tres años atrás el principio de su viralidad en Internet.

Pero el asunto parece más complicado: su voluntad de conservar la hibridez de sus inicios en la plataforma la lleva a buscar el mantenimiento de un equilibrio casi esquizofrénico. Por un lado,

---

53 «Pasarela a mi estilo con vestimenta saraguro», Nancy Risol, video en YouTube, 7 de diciembre de 2021, acceso el 20/06/2022, [https://www.youtube.com/watch?v=1z3lim3\\_t2U&ab\\_channel=NancyRisol](https://www.youtube.com/watch?v=1z3lim3_t2U&ab_channel=NancyRisol).

tiene que seguir satisfaciendo a los seguidores que la propulsaron a la fama y que buscan la simplicidad de trato de sus inicios en YouTube. Por otro lado, ahora también debe pensar en la salud económica de su negocio y en la manera de atraer a cada vez más patrocinadores, con el fin de permanecer en la cúspide de los *youtubers* latinoamericanos. En tales circunstancias, la apuesta por una producción audiovisual híbrida de Nancy Risol no parece estar en peligro, como lo prueba su reciente colaboración con Netflix Latinoamérica, en un vídeo que recupera justamente esta dinámica que se adapta sin problema al propio estilo de la plataforma de *streaming*.<sup>54</sup> No obstante, su mayor reto consistirá en conciliar en este nuevo tipo de formato la huella antisistémica que tanto caracteriza su trayectoria, con tal de que la comunidad Saraguro, como su mayor representante mediática, no queden instrumentalizadas por los gigantes de la red.

73

## Bibliografía

- Amadiou, Jean-François. *La société du paraître. Les beaux, les jeunes... et les autres*. París: Éditions Odile Jacob, 2016.
- Beauvisage, Thomas, Jean-Samuel Beuscart, Thomas Couronné y Kevin Mellet. «Le succès sur Internet repose-t-il sur la contagion? Une analyse des recherches sur la viralité». *Tracés. Revue de Sciences humaines* 21 (2011): 151-166. doi.org/10.4000/traces.5194.
- Cardon, Dominique. *Culture numérique*. París: Presses de Science Po., 2019.

---

<sup>54</sup> «Nancy Risol audiciona para ser una Bridgerton», Netflix Latinoamérica, 28 de marzo de 2022, acceso el 11/07/2022. [https://www.youtube.com/watch?v=138YVty6Ej4&ab\\_channel=NetflixLatinoam%C3%A9rica](https://www.youtube.com/watch?v=138YVty6Ej4&ab_channel=NetflixLatinoam%C3%A9rica).

- Catalán Pesce, Ramiro. «Los desafíos de la inclusión digital étnica». *Diálogos de la comunicación* 82 (2010). Acceso el 16 de junio de 2022. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3728256>.
- Dolan, Paul. *Happy Ever After: Escaping the Myth of the Perfect Life*. Londres: Penguin Books Limited, 2020.
- Ginsburg, Faye. «Rethinking the Digital Age». En *Global Indigenous Media: Cultures, Poetics and Politics*. Editado por Pamela Wilson y Michelle Stewart, 127-144. Londres: Duke University Press, 2008.
- Hughes, Thomas Parker. *Networks of Power: Electrification in Western Society, 1880-1930*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1993.
- Jenkins, Henry. «Nine Propositions Towards a Cultural Theory of YouTube». *Confessions of an Aca-Fan, the Official Weblog of Henry Jenkins*, 28 de marzo de 2007. Acceso el 16 de junio de 2022. [http://henryjenkins.org/blog/2007/05/9\\_propositions\\_towards\\_a\\_cultu.html](http://henryjenkins.org/blog/2007/05/9_propositions_towards_a_cultu.html).
- 74 Kim, Jin. «The institutionalization of YouTube: From user-generated content to professionally generated content». *Media, Culture & Society* 34(1) (2012): 53-67. doi.org/10.1177/0163443711427199.
- Márquez, Israel y Elisenda Ardèvol. «Hegemonía y contrahegemonía en el fenómeno youtuber». *Desacatos* 56 (enero-abril 2018): 34-49. Acceso el 16 de junio de 2022. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1607-050X2018000100034&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-050X2018000100034&lng=es&nrm=iso).
- Mendieta, José. «Moda indígena en Ecuador: para no negar la identidad». *Distintas Latitudes*, 11 de agosto de 2017. Acceso el 16 de junio de 2022. <https://distintaslatitudes.net/oportunidades/11128-2>.
- Pagán-Teitelbaum, Iliana. «Espejo eurocéntrico: por una estética de la equidad en el discurso audiovisual sobre la mujer indígena y la tecnología». *El ojo que piensa* 14 (enero-junio 2017): 20-43. Acceso el 16 de junio de 2022. <http://www.elojoquepiensa.cucsh.udg.mx/index.php/elojoquepiensa/article/view/257>.

- Prensky, Marc. «Digital natives, digital immigrants, part 1». *On the Horizon*, IX, 5 (octubre de 2001): 1-6. doi. org/10.1108/10748120110424816.
- Salazar, Juan Francisco. «Indigenous Peoples and the Cultural Construction of Information and Communication Technology (ICT) in Latin America». En *Information, Technology and Indigenous People*. Editado por Laurel Dyson, Max Hendriks y Stephen Grant. Hershey PA: Information Science Pub, 2007. doi.org/10.4018/978-1-59904-298-5.ch002.
- Siri, Laura. «Un análisis de You Tube como artefacto sociotécnico». *Diálogos de la comunicación* 77, 2008. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2694479>.
- Thompson, John. *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 1997.
- Turner, Graeme. *Ordinary People and the Media: The Demotic Turn*. Londres: Sage, 2010.
- UNICEF. *Visibilidad e invisibilidad de las culturas de los pueblos indígenas. Estereotipos y posible racismo en los libros de textos escolares (Bolivia, Ecuador y Perú)*. Lima: Fondo para las Naciones Unidas para la Infancia, 2008.

### **Yann Seyeux**

Yann Seyeux es doctorando en estudios hispanoamericanos en la Université Paris Nanterre (Francia). Realiza una tesis titulada «Políticas digitales, ciudadanía, cultura(s) digitale(s): los casos de Ecuador, Colombia y Chile», bajo la dirección de Emmanuelle Sinardet. En sus trabajos, concibe las tecnologías digitales como objetos de estudio en sí mismos e investiga la emergencia de culturas digitales en los mundos hispánicos contemporáneos. Es miembro de la Asociación de Ecuatorianistas.