



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

COMUNIDAD LATINA Y REDES SOCIALES COMO MEDIOS DE INFORMACIÓN
EN LA CIUDAD DE MYRTLE BEACH, ESTADOS UNIDOS

AUTOR:

ORDOÑEZ CARDENAS STEPHANIA VICENTA

TUTOR:

DAHIK SOLIS CECILIA ELIZABETH, MSC.

BABAHOYO - ECUADOR

2022

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL

DEDICATORIA

Dedicada a la memoria de mi abuela Vicenta Baquerizo, quién velo por mi bienestar durante su vejez y deseaba verme como una profesional. A mi madre, Mercedes Cárdenas por ser un pilar importante en mi vida por su amor y confianza que permitieron que logre culminar mi carrera universitaria. A mi hermano, Bryan Ordoñez por su cariño y recordarme que siempre puedo. A mi segunda familia quienes la conforman Noemy Campos, Ana Campos e hijos porque cada uno me apoyo y ayudo en diferentes áreas de mi vida y a mi novio Daniel Gudiño por ser mi guía y fuente de motivación desde que inicio esta travesía hasta la presente fecha.

Por y para ustedes,
Stephania Vicenta Ordoñez Cárdenas.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por bendecirme la vida, por guiarme a lo largo de mi existencia, ser mi apoyo y fortaleza en todo momento; Agradezco a mi madre porque gracias a sus aciertos y desaciertos en la vida he aprendido que la mejor manera de triunfar es luchando por lo que quiero; A mi segunda familia que jugó un papel fundamental en mi etapa universitaria y es que cada alimento, palabra y el techo que me brindaron queda grabado en mi corazón; A mi novio quien siempre me ha escuchado, apoyado y motivado, y a sus padres quienes siempre se han preocupado por mí y han ayudado ante cualquier situación.

Quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento a la Universidad Técnica de Babahoyo, por haberme brindado tantas oportunidades y enriquecerme en conocimiento. De manera especial a la DRA. Cumandá Campi quien siempre me motivo a seguir y me recordaba todo el esfuerzo que realizaba para culminar mis estudios y también a la MSc. Cecilia Dahik que gracias a sus consejos y correcciones hoy puedo culminar este trabajo.

Finalmente quiero agradecer a cada ser que me encontré en el camino porque de una u otra manera me brindaron su colaboración y se involucraron en este propósito.

Stephania Vicenta Ordoñez Cárdenas.

RESUMEN

Las redes sociales son parte fundamental en el desarrollo e interacción de la sociedad, brindan un abanico de posibilidades para consumir contenidos de todo tipo, considerando, sobre todo, que su uso se vuelve cotidiano cuando el ser humano cruza las fronteras y sale de su zona de confort en busca de nuevas y mejores oportunidades. El presente estudio de caso sobre la “Comunidad Latina y Redes Sociales Como Medios de Información de la Ciudad de Myrtle Beach” en Estados Unidos centró su análisis en la influencia de las redes sociales en las personas adultas de la comunidad latina como medios de información en el año 2021 en la localidad antes mencionada.

En referencia a la metodología, se desarrolló un estudio descriptivo, mediante el enfoque cuantitativo y el uso de la técnica de encuesta digital a través de formulario de Google a un total de 381 personas, que forman parte de una muestra de la población latina que radica en la ciudad de Carolina del Sur, a fin de poder comprender el actual uso de las redes sociales como medios de comunicación y la percepción ciudadana en cuanto a las plataformas más utilizadas. A través de este estudio se puede confirmar que las redes sociales son un medio de comunicación confiable e indispensable para los latinos residentes en Myrtle Beach y que, a través de estas, se mantienen no solo informados, sino que también en contacto con seres queridos, se entretienen, relacionan y conocen de las distintitas ofertas labores existentes en su comunidad.

Palabras claves: Redes sociales, latinos, comunidad, medios de comunicación, Myrtle Beach, información

SUMMARY

Social networks are a fundamental part in the development and interaction of society, providing a wide range of possibilities to consume content of all kinds, considering, above all, that their use becomes a daily occurrence when human being's cross borders and leave their comfort zone in search of new and better opportunities. The present case study on the "Latino Community and Social Networks as Information Media in the City of Myrtle Beach" in the United States focused its analysis on the influence of social networks on adults in the Latino community as information media in the year 2021 in the locality.

In reference to the methodology, a descriptive study was developed, through a quantitative approach and the use of the digital survey technique through a Google form to a total of 381 people, who are part of a sample of the Latino population living in the city of South Carolina, in order to understand the current use of social networks as media and citizen perception regarding the most used platforms.

Through this study it can be confirmed that social networks are a reliable and indispensable means of communication for Latinos living in Myrtle Beach and that, through them, they keep not only informed, but also in contact with loved ones, entertain themselves, interact and learn about the different work offers existing in their community.

Keywords: Social networks, Latinos, community, media, Myrtle Beach, information.

ÍNDICE GENERAL

Contenido

I.	INTRODUCCIÓN	1
II.	DESARROLLO	2
	2.1 JUSTIFICACIÓN	2
	2.2 OBJETIVO.....	3
	2.3 SUSTENTOS TEÓRICOS.....	3
	2.4 TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS .	12
	2.5 RESULTADOS OBTENIDOS	14
	2.6 SITUACIONES DETECTADAS	15
III.	CONCLUSIONES	17
IV.	RECOMENDACIONES	
V.	BIBLIOGRAFÍA	
VI.	ANEXO	25

I. INTRODUCCIÓN

Las redes sociales se han convertido en una herramienta de comunicación social, siendo la principal puerta de acceso al conocimiento, a la información y al entretenimiento. En el mundo existen más de 4.55 billones de personas con redes sociales o plataformas digitales, lo cual representa un 56,8 por ciento de la población a nivel global. En un contexto meso, en América Latina, cerca del 82 por ciento constan con redes sociales. (Toro, 2021) Mientras que en Ecuador se mantienen activos cerca de 14 millones de perfiles en las redes sociales. (Alvino, 2021)

Las redes sociales son parte esencial de la revolución digital en la que vivimos y que ha transformado a los consumidores en sujetos cada vez más exigentes e informados. La irrupción de las redes sociales en el ámbito de la comunicación ha estimulado una enorme cascada de interrogantes sobre la función y el camino a seguir de los medios tradicionales, cuyos contenidos compiten con otros nuevos sistemas de información. (Jiménez, 2021)

En referencia a la metodología, se desarrolla un estudio descriptivo, en el que se pretende analizar a la comunidad latina y redes sociales como medios de información en la ciudad de Myrtle Beach, así como la utilización de la técnica de encuesta digital, a fin de poder comprender el actual uso de las redes sociales como medios de comunicación y la percepción ciudadana sobre esta revolución digital en el 2021.

Desde esa perspectiva, esta temática tiene pertinencia con la línea de investigación de la carrera de Comunicación, Cultura, Ambiente y Sociedad de la Universidad Técnica de Babahoyo y a su vez con la Sublínea de investigación “Medios de Comunicación, Comunidad y Cambio Social”.

II. DESARROLLO

2.1 JUSTIFICACIÓN

El presente estudio de caso es relevante porque centra su análisis en el comunidad latina y redes sociales como medios de información en la ciudad de Myrtle Beach, lo cual permite conocer y evidenciar el actual uso de portales web como canales de comunicación que dan los datos que giran en torno a esta problemática y que por consiguiente permiten a la ciudadanía conocer sobre los acontecimientos y generar opinión.

Después de haber analizado a la comunidad latina y redes sociales como medios de información en la ciudad de Myrtle Beach, se puede entender que las redes sociales actualmente son una puerta de posibilidades en las que tan solo con un clic se puede lograr obtener cualquier tipo de información. El nuevo fenómeno de las redes sociales suma audiencias millonarias, logra personalización de los usuarios y rompe con algunas de las barreras de las viejas organizaciones mediáticas. (Campos, 2008)

Uno de los elementos fundamentales para la elaboración de este estudio es el análisis del uso de las redes sociales, lo cual nos permite conocer las experiencias que viven cada uno de los usuarios en estos portales web. No obstante, también se busca comprender los avances de las tecnologías de la información y comunicación en la incorporación de nuevas herramientas y formas de intermediación e interactividad con el espacio mediático. Estas relaciones se dan a través del internet, lo cual nos sitúa ante un espacio de la sociedad acelerada. (Lara, 2019)

Por ende, este trabajo académico busca presentar a la sociedad un análisis sobre el uso de las redes sociales como medio de información, con el fin de que la sociedad considere si la información presentada en las diferentes redes sociales es confiable o no. En cuanto a las redes sociales se ha podido reconocer que han marcado un hito en materia de difusión masiva, debido a su alcance, características e impacto en la sociedad actual. (Herrera, 2012)

Al realizar el desarrollo del presente trabajo se ha podido constatar que es factible debido a la gran cantidad de información que nos brindan las redes sociales, medios digitales, trabajos que sirven de antecedentes y la predisposición de la autora para su ejecución. Adicionalmente, se busca generar aportes teóricos como prácticos sobre el uso de las redes sociales con el fin de contribuir con nuevos conocimientos a la sociedad en general, así como a estudiantes o profesionales de la comunicación.

2.2 OBJETIVO

Objetivo General.

Analizar la influencia de las redes sociales en las personas adultas de la comunidad latina como medios de información en la ciudad de Myrtle Beach, Estados Unidos en el año 2021.

2.3 SUSTENTOS TEÓRICOS

Redes Sociales

Las redes sociales son portales web que sirven para compartir contenidos y establecer relaciones entre individuos u organizaciones. Permiten a las personas crear un perfil en su página con el objetivo de obtener una red de usuarios, a cambio los consumidores intercambian información personal y/o profesional con los interlocutores que tienen intereses en común en tiempos frecuentes. La naturaleza y la relación varía de un sitio a otro, las relaciones pueden ser de distinto tipo como intercambio de amistad, de noticias, financiero o un medio de interacción como foros, juegos en línea, entre otros. (Villoria, 2010).

Las redes sociales surgieron en el año 1995 cuando Randy Conrads creó el sitio web classmates.com con la finalidad de que compañeros y excompañeros no pierdan el contacto o lo recuperen. Después de un par de años apareció sixdegrees.com una especie de directorio electrónico, el cual contenía perfiles, una lista de amigos y se lograba enviar mensajes, este sitio fue creado por Andrew Weinreich. (Herrera,2012).

En sus inicios las redes sociales tuvieron mucho impacto, pero mayor acogida con la aparición de la Web 2.0, este término surgió en el año 2004 y pertenece a Tim O'Reilly. Antes la información solo tenía una dirección que era de ida, ahora con esta nueva introducción la información es de ida y vuelta, es decir, la información tiene paso a la interacción. Con la Web 2.0 los usuarios pueden crear, transcribir, mejorar, y corregir imágenes y textos que antes era imposible. (Freire, 2018).

Tipos de Redes Sociales.

La evolución de las redes sociales trae consigo compartir contenidos y establecer una relación, pero sobre todo la rapidez con la que estos procesos se dan. Existen 2 tipos que propician la interacción entre individuos; redes sociales verticales y horizontales. Las redes sociales verticales son aquellas especializadas en un tema para un grupo de consumidores, como

ejemplos claros están los foros creados por profesores a sus estudiantes y LinkedIn que es un portal web para personas en donde se comparte información sobre el ámbito profesional. En tanto que las redes horizontales no tienen una temática definida es por ello por lo que hay mayor interacción entre todo tipo de usuarios y a su vez se crean comunidades, tal es el caso de Facebook y Twitter. (González, 2018)

Una característica de las redes sociales horizontales es la cultura participativa, esto hace que haya confianza mutua con el fin de crear una sociedad democrática digital. Por lo consiguiente los ciudadanos al ser libres de generar contenidos crean sus redes de información propias sin autoridades, conscientes del poder comunicativo que existe en las plataformas una autoridad en el medio es limitar o desequilibrar el poder que tiene cada usuario. Navarro Robles, M. (2020, p.6) basado en lo que mencionó Antón Cuadrado (2015, pág. 4-5) Asegura que una participación horizontal es aquella donde todos los usuarios tienen las mismas posibilidades de obtener visibilidad y pueden interactuar de la misma forma. Las redes de relaciones, asegura, han pasado de basarse en esquemas de autoridad a ser sustituidas por un consenso de la comunidad. (Gallini, S., & Noiret, S, 2011).

Las redes sociales horizontales más populares actualmente son Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat y YouTube. Cabe recalcar que algunas redes sociales empezaron siendo verticales, pero a causa de las actualizaciones con el pasar del tiempo se han convertido en horizontales. Si bien existen más redes sociales estas son las trascendentales puesto a que no tienen barreras geográficas, esto les permite captar más consumidores induciendo mayor visibilidad y más posibilidades para que otras personas con intereses comunes fuera de su entorno te conozcan. (Castaño, 2008)

Facebook fue creada en el año 2004 por Mark Zuckerberg junto a otros dos compañeros y estudiantes de Harvard. El nombre de este sitio fue establecido por los almanaques que se entregan a inicio de años en las universidades norteamericanas “Facebooks”. Al principio el propósito de esta red social fue señalado para que ex estudiantes mantengan una comunicación virtual, pero poseyó una considerable acogida que en el año 2006 fue desarrollada para que toda persona que cuente con un correo pueda acceder. (Navarro, 2008)

Facebook actualmente es la red social más popular del mundo, disponible en más de 100 millones de idiomas destacándose el público femenino y jóvenes-adultos. Constantemente atraviesa por actualizaciones lo que la ha vuelto representativa, llamativa y accesible para el

consumidor, para sintetizar en tan solo un clic se puede postear un video o imagen y el público en común podrá acceder, entre más interacción tenga la publicación mayor alcance poseerá. (Navarro, 2008)

Instagram surge en octubre del 2010 en Estados Unidos, creada por Kevin Systrom y Mike Krieger, esta red social se caracteriza por subir y compartir imágenes, gifs y pequeños videos con duración de 15 segundos, en efecto los usuarios utilizan esta red social para almacenar momentos específicos que se desean coleccionar o guardar en la memoria virtual. Con más de 900 millones de consumidores esta plataforma fue adquirida por la compañía Meta el 9 de abril del 2012. (Fondevila-Gascón, J. F., Gutiérrez-Aragón, Ó., Copeiro, M., Villalba-Palacín, V., & Polo-López, M. 2020)

El crecimiento de Instagram ha sido significativo desde sus inicios ya que está en constantes actualizaciones y nuevos servicios e inserciones publicitarias, partiendo de esto el estilo comunicativo y el contenido que se muestra a los usuarios está afín a sus gustos y preferencias propias a la edad. Las características que sobresalen en esta plataforma es la facilidad de la edición de las fotos y videos, la capacidad de compartir publicaciones con otras redes sociales vinculadas tales como Facebook, Tumblr y Twitter y la mensajería que tiene las opciones principal y general para categorizar los mensajes de los contactos. Esta plataforma virtual se ha convertido en una fuente de ingresos para muchos famosos e influencers. (Fondevila-Gascón, J. F., Gutiérrez-Aragón, Ó., Copeiro, M., Villalba-Palacín, V., & Polo-López, M. 2020)

Los influencers son personas que han obtenido popularidad a través de distintas redes sociales y adquieren ingresos realizando colaboraciones para diversas marcas. Son respetados por su público objetivo esto hace que lo que comunican tenga responsabilidad de manera que incitaran a acciones. Muchos de estos personajes trabajan con las estadísticas de Instagram, otra opción que les permite identificar en qué horario interactúa los consumidores y en este caso sus seguidores. En el 2016 Instagram creó las “historias” se trata de una sección en donde se puede postear una foto o video con una duración de 15 segundos que solo se mostrará por 24 horas. Los creadores de contenidos usan esta sección para mantener relación y hacer sentir a sus seguidores que están más cerca de ellos. (Marinas, 2019)

Twitter surgió el 21 de marzo de 2006 en San Francisco, Estados Unidos. Su creador Jack Dorsey hizo su primer tweet en esta fecha y decía “Just setting up my twttr” (Solo ajustando

mi Twitter). Desde sus inicios la idea fue clara, los usuarios que pertenecían a esta plataforma podían comunicarse entre sí solo con 140 caracteres permitidos en cada publicación o también llamado tweet hasta el 2007 que cambiaron el límite a 280, pero en el año 2009 esta plataforma tuvo una gran actualización en la que permitió la inserción de la publicidad, actualmente las empresas pueden anunciarse durante un tiempo determinado por medio de un pago. (Marinas, 2019)

Esta red social es considerada un microblogging en efecto a la cantidad de sus caracteres, pero esto no representa que solo se pueda realizar esa acción al momento de publicar, también se puede acompañar el tweet con fotos o vídeos. Se ha convertido en un medio importante para la comunicación rápida entre sus usuarios y se caracteriza por la forma libre en la que el comunicador puede expresarse y conectar con lo que acontece en el mundo al instante. Los temas que prevalecen en este portal son políticos y de entretenimiento. (Díaz, P. L. P., Langa, E. A., & Medina, R. Z, 2020)

Snapchat es una aplicación fundada por Evan Spiegel y Bobby Murphy nació en el 2011, aplicación creada inicialmente para iOS (sistema operativo para Apple) y por su acogimiento un año más tarde fue lanzada a Android logrando triplicar la cifra de consumidores que poseía, esta aplicación permite a los consumidores compartir fotos, videos y añadir textos con una duración de hasta 10 minutos a usuarios afines a los gustos de quien lo comparte. (Pérez, 2018)

Al principio la publicación o también “Snaps”, llamado así por la aplicación poseía una duración de 24 horas, gracias a las actualizaciones que esta ha tenido al presente se pueden almacenar durante el tiempo que el consumidor lo pretende. Prevalece entre el público adolescente es por esto por lo que ha tenido gran popularidad ya que es un estilo diferente de crear contenido en internet manteniendo un contacto más directo en tiempo real. (Tovar, 2022)

Snapchat como las demás aplicaciones se actualizan constantemente y su éxito más relevante fue la inserción de los filtros o efectos, siendo la pionera de esta función los usuarios comparten contenidos en sus perfiles mostrando cómo se verían usándolos o compartiendo su diario vivir en la sección de “Stories”. Las empresas aprovechan la acogida que esta aplicación posee para publicitar sus productos o servicios de manera novedosa y efectiva con el objetivo de darse a conocer, de la mano de influencers que forman parte de esta plataforma comparten contenidos que han negociado con las empresas. (Cristofol Rodríguez, C., Alcalá Vidal, A., & Fernández Pérez, L., 2018).

YouTube es una plataforma que fue creada en febrero del 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, todos compañeros de trabajo en PayPal. El primer video fue publicado por Jawed y fue titulado “Me at the zoo” el 23 de abril del año 2005. Esta aplicación consiste en subir y compartir videos de manera fácil y gratuita para que otros consumidores puedan verlos e interactuar con ellos. En sus inicios esta plataforma fue usada por la industria musical pero conforme el tiempo pasó y gracias a diversas actualizaciones cada año se volvió asequible a cualquier persona que sea parte de la comunidad. (Tovar, 2022)

YouTube, de Google Inc. posee fama mundial dado que cuenta con contenido diverso en el cual presenta trailers de películas, videos musicales, de bellezas, noticias y toda clase de producciones. Su característica principal es la interactividad, entendida como el proceso mediante el cual el emisor y receptor intercambian roles con rapidez, el público que sobresale son los adolescentes y quienes lo han vuelto parte de la vida diaria ya sea para su entretenimiento, información o formación. Este portal web con gran éxito ha amenazado a la televisión puesto a que cada día se unen más a la plataforma virtual y en el caso de los jóvenes no solo son consumidores sino también creadores de contenidos. (Vicente-Fernández, P., & Vinader-Segura, R., 2020).

Los creadores de contenidos o también llamados youtubers no solo obtienen de este medio una fuente de ingresos sino también reconocimiento lo que hace que las marcas se interesen en que se publiciten sus productos o servicios logrando que los seguidores se inclinen por los agregados expuestos. De esto nos habla Schwemmer y Ziewiecki (2018), al analizar cómo estos personajes influyen en la opinión del consumidor, al ser decisivos al momento de la compra final. Estos individuos tienen gran influencia –como su nombre lo indica–, debido a que “a pesar de su creciente popularidad, estos influenciadores en redes sociales siguen teniendo una imagen auténtica y confiable dentro de sus comunidades” (Schwemmer y Ziewiecki, 2018, p. 10).

Redes sociales como medio de comunicación.

La paulatina aparición de la tecnología digital, Internet y la web 2.0 en las sociedades occidentales ha influido, de forma determinante, en la denominada Sociedad de la Información y ha modificado la manera en la que se configuran las redes sociales, especialmente aquellas que operan en el ciberespacio. La tecnología ha ayudado así a introducir una nueva forma de comunicación en red, asincrónica, rápida, efectiva y desligada de un lugar físico. Nos referimos

a las redes sociales online como “servicios basados en la web que permiten a sus usuarios relacionarse, compartir información, coordinar acciones y en general, mantenerse en contacto” (Orihuela, 2008, p.2).

La relevancia que adquieren hoy en día las redes sociales entre la población más joven es tal que el hecho de pertenecer a una red social en muchos casos ha dejado de ser una opción de diversión destinada al tiempo libre para convertirse en una obligación, una necesidad para poder estar en contacto con los conocidos. Esto se debe a que en el mundo de las comunicaciones en que vivimos, el que no está conectado prácticamente no está en la sociedad. Si uno no pertenece a las redes sociales hoy le falta, sobre todo entre estas generaciones más jóvenes, una gran parte de la vida social, que ya no sucede por completo en un escenario físico, sino que también tiene lugar en un entorno virtual en el que nos enteramos de la vida de otras personas, nos comunicamos y nos dejamos ver cómo queremos que nos vean. (Sánchez, 2017)

Las redes sociales virtuales son reales, existen y cumplen una función social, aunque se localicen en el ciberespacio y existan redes sociales paralelas en el mundo de átomos. Las redes sociales online son el mejor ejemplo de la sociedad representada en un entorno creado tecnológicamente: ilustran tanto los beneficios sociales de comunicación y conexión entre individuos como suscitan problemas de privacidad y falta de confianza en la veracidad de las informaciones. (Sánchez, 2017)

Fundamentalmente, las redes sociales online, se constituyen como un espacio creado para intercambiar información, algo que hoy en día es esencial en una sociedad que se mueve por y para la información y donde poseerla implica control y poder. Por este mismo motivo, el que los participantes en las redes sociales proporcionen información personal y en muchos casos privada de forma gratuita hace de las redes sociales un fenómeno genuino y que necesita ser comprendido. (Correa, 2018)

Sin embargo, uno de los mayores problemas a la hora de analizar las redes sociales, al igual que con otros fenómenos sociales y culturales generados por la aparición y desarrollo de tecnología, es que se encuentra en plena evolución y que cuando se quiere estudiar el fenómeno ya ha cambiado. (Correa, 2018)

Influencia de las redes sociales.

La comunicación a través de redes sociales virtuales tales como Facebook, LinkedIn, Twitter, y los blogs, entre otras, se ha convertido en uno de los principales medios para estar conectados con amigos, empleados, y colegas. Las redes sociales ofrecen un medio económico, ubicuo y masivo, y han generado muchas expectativas debido al potencial para dar apoyo a diferentes funciones de una organización. Muchas organizaciones implementan plataformas de medios sociales como sistemas de gestión del conocimiento para incrementar el conocimiento compartido (Ellison, Gibbs, & Weber, 2015).

En particular, las redes sociales ayudan en la difusión de información y conocimiento haciéndola más eficiente. De todos modos, tal como observan He y Wang (2016) para las organizaciones resulta un desafío integrar los medios sociales dado que los mismos se caracterizan por resultar complejos, informales y episódicos. Asimismo, algunos autores han estudiado si los beneficios de los vínculos sociales también se pueden generar a partir de las redes virtuales.

Si bien Internet ofrece la oportunidad de conectar individuos que de otra forma no se hubieran conectado, Van Alstyne y Brynjolfsson (2005) observan que la tecnología tiene el potencial de fragmentar comunidades. Por ejemplo, los usuarios pueden utilizar filtros avanzados para ubicar a otros individuos con los mismos intereses e interactuar solo con ellos. Considerando el impacto potencial de las redes sociales en la difusión de información y conocimiento.

Latinos en el mundo.

Cerca de 28,5 millones de latinoamericanos y caribeños residen en países distintos al de su nacimiento, 70 % de ellos en Estados Unidos, mientras que la población inmigrante asciende a 7,6 millones de personas, de los que la mayoría procede de otras partes de la propia región, según revela un nuevo estudio de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL,2021)

Según el análisis, la cifra de 28,5 millones de emigrantes latinoamericanos y caribeños supone 4 % de la población total de la región y es superior a los 26 millones contabilizados en la ronda de censos de 2000. En cuanto a sus países de origen, 11,8 millones proceden de México (40 % del total), que encabeza la lista seguido de lejos por Colombia, con 2 millones, y El Salvador, con 1,3 millones. (CEPAL,2021)

Respecto a los lugares de destino, Estados Unidos ocupa la primera posición con 20,8 millones de emigrantes latinoamericanos y caribeños (70 % del total), lo que incluye a casi la totalidad de los cerca de 12 millones de mexicanos que viven fuera de su país, y detrás se sitúa España, con 2,4 millones de personas (8 %). (CEPAL,2021)

Por otra parte, la población inmigrante en América Latina y el Caribe, que se estima en 7,6 millones de personas, equivale a solo 1,1 % del total de la región. De ellos, una mayoría nacieron en otros países de la misma región (migración intrarregional). El estudio destaca que los flujos migratorios intrarregionales aumentaron a un ritmo anual de cerca de 3,5 % entre 2000 y 2010, lo que muestra una tendencia a la aceleración respecto a los veinte años anteriores, cuando creció a tasas en torno a 1 %. Argentina, Venezuela, Costa Rica y República Dominicana concentran el mayor número de estos migrantes. (CEPAL,2021)

Por su parte, el número de personas nacidas fuera de la región decreció entre 2000 y 2010 en Argentina, Brasil, Ecuador y Uruguay, lo que indica que en esos casos la llegada de inmigrantes no compensó la mortalidad o la re-emigración en ese grupo. En cambio, en otros países se registraron incrementos, como ocurrió en República Dominicana (11,3 %), Bolivia (7,4 %), México (7,1 %) y Panamá (6,2 %). (CEPAL,2021)

Latinos en Estados Unidos.

La comunidad latina o hispana ha jugado un rol importante en la historia y evolución de Estados Unidos, desde la formación del país hasta hoy día. Una comunidad diversa, joven y vibrante, la comunidad latina está cobrando una centralidad cada vez mayor en la política, economía, educación y cultura de la sociedad estadounidense. En los últimos años en particular se ha visto un crecimiento demográfico sustancial: los latinos pasaron de ser casi 15 millones, o el 6.5 % de la población en 1980, a 58 millones hoy día, o casi el 18 % de la población. (Sánchez, 2020)

Esta es una comunidad clave y estratégica para el presente y el futuro del país, donde se estima que para el 2060 los latinos serán casi 120 millones, o el 30 % de la población. En un país cuya población está envejeciendo, el futuro y el éxito de Estados Unidos está íntimamente ligado a la comunidad latina, sus contribuciones y oportunidades. A través de su historia, la comunidad latina y otras minorías han sufrido oleadas de exclusión y racismo que han sido combatidas a través de décadas de importantes luchas por los derechos civiles de todos en el país. (Sánchez,2020)

Sin embargo, se ha registrado un incremento radical de ataques en contra de latinos mientras se agudizan estructuras sociopolíticas. Las redes sociales jugaron un papel muy destacado en las elecciones de Donald Trump, ampliando su poder de influencia con respecto a los anteriores comicios de 2008 y 2012, en los que Obama ya hizo un uso extensivo de las mismas, y que Trump aventajó a Hillary Clinton a la hora de utilizarlas para movilizar a sus públicos prioritarios, desmotivar a los de la candidata rival y lanzar sus mensajes, constituyendo así una parte muy importante de su victoria. Además, se concluye también que no podría afirmarse que las redes fueron, por sí solas, el motivo principal del éxito del republicano, ya que en su triunfo han de encontrarse otras razones de fondo vinculadas con el contexto político-social en el que se desarrollaron estas elecciones. (Sulbarán,2019)

Mediante este panorama desolador, también se están dando elementos positivos de mayor unidad, organización comunitaria y participación cívica entre los latinos. Sin duda, la comunidad latina está ganando más poder en los espacios cruciales de toma de decisión política. La población latina está cambiando la composición demográfica en algunos estados estratégicos para el panorama electoral. Con el poder y la influencia del voto latino aumenta el impacto que nuestra comunidad está teniendo como un bloque de votantes. (Sulbarán,2019)

Es ahora una certeza que todo aspirante a la presidencia tendrá que contar con el respaldo de la comunidad latina. Y para lograr avanzar su agenda, la comunidad latina fija una política nacional no solo en inmigración, sino en los temas centrales que afectan al país en general, como políticas de salud, educación, economía, ambientales y de aplicación de la justicia. Las prioridades de la comunidad latina, en este sentido, reflejan las prioridades del país en su totalidad. (Sulbarán,2019)

Los momentos difíciles también presentan nuevas oportunidades, y este es un punto crítico para abrir nuevas puertas y estrechar alianzas existentes. Si bien las prioridades latinas son estructuralmente también las de Estados Unidos en tanto proyecto de nación, es igualmente importante para la comunidad latina establecer una relación estratégica más cercana con los países de América Latina y España. Con ello se crearán más oportunidades para una agenda común en términos de comercio, cultura, arte, lenguaje y educación en beneficio de un país más diverso, inclusivo y global. (Sulbarán,2019)

Latinos en la comunidad de Myrtle Beach.

Carolina del Sur alberga a 258 000 hispanos y ocupa el primer puesto entre todos los estados en crecimiento de la población hispana (según el Censo de Estados Unidos más reciente, de 2010). (Carter, 2019)

Las cifras muestran un aumento de más del 300% en comparación con el Censo del año 2000. Sin embargo, las cifras más precisas reflejan que tenemos el triple de la población declarada en el último Censo (Según “SC Consortium for Immigration Studies”). Los términos hispano y latino se usan indistintamente en todo nuestro estado. (Carter,2019)

Reseña de Myrtle Beach.

Según datos de SC Consortium for Immigration Studies, (2021), las cifras más precisas reflejan que tenemos el triple de la población declarada en el último censo. Los términos hispano y latino se usan indistintamente en todo nuestro estado. Myrtle Beach es uno de los principales centros turísticos de Carolina del Sur y Estados Unidos. El clima cálido subtropical de la ciudad, kilómetros de playas, 86 campos de golf y 1.800 restaurantes atraen a más de 20 millones de visitantes cada año, lo que convierte a Myrtle Beach en uno de los destinos más visitados del país.

El área metropolitana de Myrtle Beach es la segunda área metropolitana de más rápido crecimiento en el país (según estimaciones del censo de 2018); más de 104.000 personas se mudaron al área de Myrtle Beach-Conway-North Myrtle Beach durante ocho años, lo que representa un crecimiento de casi el 30 por ciento en la población, según la Oficina del Censo de los EE. UU. (Myrtle, 2018)

2.4 TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Para aplicar las técnicas que den resultados a este trabajo, se desarrollará un estudio con el método descriptivo, en el que se analizará las redes sociales como medio de información en la ciudad de Myrtle Beach, así como la utilización de una encuesta digital a fin de comprender los diferentes escenarios que se presentan en torno al tema.

El enfoque por utilizar será la recolección de información cualitativa y cuantitativa. La investigación cuantitativa se usa para comprender frecuencias, patrones, promedios y correlaciones, entender relaciones de causa y efecto, hacer generalizaciones y probar o

confirmar teorías, hipótesis o suposiciones mediante un análisis estadístico. De esta manera, los resultados se expresan en números o gráficos. (Santander, 2021) Mientras que la investigación cualitativa por su parte se nutre epistemológicamente de la hermenéutica, la fenomenología y el interaccionismo simbólico. (Monje,2011)

Técnica de Encuesta

La encuesta es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos. A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos. En una encuesta se realizan una serie de preguntas sobre uno o varios temas a una muestra de personas seleccionadas siguiendo una serie de reglas científicas que hacen que esa muestra sea, en su conjunto, representativa de la población general de la que procede. (Grasso, 2011)

Población y muestra

Para determinar la muestra necesaria para realizar la encuesta, se utilizó la población adulta de latinos residentes en Myrtle Beach en Estados Unidos, que según datos oficiales del World Population Review es de 69. 264 habitantes, población que a través de la aplicación de la fórmula dio como resultado un máximo de 381 personas a encuestarse.

Población total: 69.264

Muestra

Datos:

N= 69.264 habitantes

Z= 95% = 1,96

p= 0.5%

q= 0.5%

e= 0.05

Fórmula:

$$n = z^2 * p * q * N$$

$$e^2 (N - 1) + z^2 * p * q$$

Procedimento:

$$n = (1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * 69,264$$

$$(69,264 - 1) * (0.05)^2 + (1,96)^2 * (0.5) * (0.5)$$

$$n = 3,84 (17316)$$

$$69263 (0,05)^2 + 0,96$$

$$n = 66493$$

$$174,11$$

$$n = 381//$$

n= Se necesita encuestar a un máximo 381 personas.

2.5 RESULTADOS OBTENIDOS

Para obtener resultados se recurrió al uso de la técnica de la encuesta, a través de esta se determinó las redes sociales más influyentes en las personas adultas de la comunidad latina Myrtle Beach, en Estados Unidos, misma que se realizó por medio de un formulario de Google a una muestra de 381 personas, que hacen parte de los 69.264 habitantes de la población estudiada, según datos oficiales del World Population Review. El haber llevado a cabo esta herramienta fue fundamental porque de ella se pudo obtener datos relevantes acerca de cuál es la principal red social que permite el acceso al conocimiento, información y entretenimiento.

En términos generales, mediante la encuesta se cumplió con el objetivo planteado en el presente trabajo académico, a través de un cuestionario de once preguntas se pudo identificar que la influencia de las redes sociales entre los latinos sondeados es positiva, puesto que se considera como una herramienta útil para la comunicación e interacción entre foráneos.

Es preciso indicar que Facebook es la red social de mayor predominio en los ciudadanos latinos de Myrtle Beach, según los datos reflejados. Además, el género que mayoritariamente usa las redes sociales en la población encuestada son los hombres. Así mismo, se observa que el rango de edad de las personas que acceden a las plataformas va desde los 31 hasta los 40 años, por tanto, se considera que todos los individuos indagados son mayores de edad.

Por otra parte, se evidencia que la población latina de la ciudad de Myrtle Beach, en gran frecuencia accede a las redes sociales, considerándolas indispensables para informarse, entretenerse, conocer de ofertas laborales e interactuar a través de los diferentes contenidos que se presentan en ellas.

Finalmente, se evidencio que las plataformas a las que los latinos acceden son confiables, además de que están organizados a través de grupos para mantenerse en contacto entre ellos y brindarse apoyo constante, además de mantener comunicación con seres queridos cercanos o lejanos a cada uno de ellos.

2.6 SITUACIONES DETECTADAS

Por medio de la utilización de la técnica de la encuesta se obtuvo información relevante que ayudó a tener un enfoque más claro sobre el caso estudiado. Se detectó principalmente que el género masculino es quienes más acceden a las redes sociales, lo que permite constatar de cierta forma que ellos son los más interesados en el contenido publicado en estas plataformas, razón por la cual se considera que representan la mayor cantidad de personas dentro de la comunidad latina de Myrtle Beach.

Otro componente de la encuesta indica que, de la población sondeada, los rangos de edad que usan las redes sociales en más alto porcentaje van entre los 31 a 40 años, lo cual, indica que la población es mayor de edad y que es capaz de utilizar las redes sociales de forma responsable, accediendo sobre todo a contenidos que ilustren y les permita formarse un criterio adecuado.

Es importante recalcar que la mayor parte de la comunidad indagada respondió estar residiendo en la ciudad costera de Estados Unidos desde hace más de 10 años, por tanto, se evidencia que los individuos conocen acerca de las redes sociales confiables y han accedido a grupos que les permiten tener acceso a la información pertinente al círculo en el que se desenvuelven.

Adicionalmente se pudo constatar que altos porcentajes de las respuestas, los latinos de Myrtle siempre tiene acceso para revisar redes sociales, en consecuencia, se afirma que estas forman

parte de la vida cotidiana y que, además, estas plataformas son una herramienta indispensable para quienes se encuentran lejos de sus límites patrios.

El tipo de contenido al que normalmente se accede a través de las redes sociales varía mayoritariamente, debido a que se consume contenido noticioso, de entretenimiento, de ofertas laborales y demás. Sin embargo, parte minoritaria de la población latina considera que las redes sociales son poco confiables debido a que el contenido puede ser emitido por cualquier persona, sin embargo, el 57,3% de la muestra encuestada consideran que las redes sociales constan con contenido confiable que les permite conocer diferentes sucesos.

Finalmente, se detectó que El 98% de la comunidad latina en Myrtle Beach conoce de grupos a través de redes sociales para latinos y que además forman parte de ellos, lo cual les brinda información sobre los nuevos requisitos y leyes creadas por el Gobierno para todos aquellos residentes latinos, y sobre todo para mantenerse en contacto y fortalecidos como comunidad.

III. CONCLUSIONES

Pese a todas las discordias que existen acerca del uso de las redes sociales en la actualidad, este proyecto nos ayuda a desarrollar nuevos conocimientos y conceptos sobre estas plataformas como medios de información en la comunidad latina de Myrtle Beach, cabe recalcar que hasta la fecha se siguen suscitando problemas en cuanto al contenido que se vierte en las grandes redes, lo cual impide confiar en su totalidad en toda la información que brinda al público en general.

Con respecto a este estudio de caso se expresa la necesidad de mostrar las características de las redes sociales. En este sentido se da a conocer la influencia y capacidad que tienen los medios para acercarse a la comunidad.

- Es preciso concluir que la comunidad latina residente en Myrtle Beach cuenta con al menos una cuenta de red social que les permite acceder de forma rápida y eficaz a la información publicada en la web. Determinando que Facebook es la red social predominante en esta comunidad, por tanto, se considera la principal plataforma de acceso a la información.
- Como se indicó en la introducción de este trabajo las redes sociales constituyen en la actualidad una herramienta de comunicación social, siendo la principal fuente de acceso al conocimiento, la información y el entretenimiento, por tanto, se puede concluir que las redes sociales son esenciales para el desarrollo de ciertas actividades e interacción diaria.
- Luego de haber analizado la cantidad de personas que cuentan con redes sociales o plataformas digitales a nivel mundial, podemos concluir que las redes son parte esencial de la revolución digital que se está viviendo durante los últimos años.
- Aunque también podemos llegar a la conclusión de que las redes sociales han transformado a los internautas en consumidores digitales, llegando a considerarlos como sujetos que cada vez son más exigentes con el contenido y con la necesidad de mantenerse informados.
- Las redes sociales han contribuido también en el ámbito de la comunicación, el entretenimiento y educación, debido a que, durante los últimos años, sobre todo de pandemia, éstas han sido de aporte vital para la transmisión de información

y conocimiento acerca de los diferentes temas de salud que afectan a la sociedad en general.

- Adicionalmente podemos finalizar de forma general que las redes sociales son estructuras formadas en internet por personas o grupos de personas que se conectan a partir de los diferentes intereses, actividades o valores en común.
- Sin embargo, es importante concluir que las redes sociales son plataformas de comunicación en línea donde el contenido es creado por los propios usuarios mediante el uso de la Web, por tanto, es importante que se tenga en cuenta que no todo lo que se publica puede ser real.
- Aunque las redes sociales sirven como herramientas útiles para ciertas actividades también se puede concluir que han existido estudios que relacionan el uso de las redes sociales con depresión, síndrome de déficit de atención con hiperactividad, insomnio, disminución de las horas total de sueño, disminución del rendimiento académico, repitencia y abandono escolar.

Por último, es importante reconocer la popularidad que tienen las redes sociales en la actualidad, la rapidez de la información y el hecho de que tan solo con un clic se puede compartir intereses en común, por tanto, la comunidad latina de Myrtle Beach es a fin estas plataformas, que son indispensables para desarrollarse y comunicarse.

IV. RECOMENDACIONES

En un proyecto tan importante como este, siempre se tiene en cuenta que exista una mejora constante en la sociedad, por tanto, se sugiere a la ciudadanía latina de Myrtle Beach en USA. tener en cuenta que el uso de las redes sociales como medio de información y comunicación hace que el acercamiento con los seres queridos o amigos sea de forma rápida e inmediata a pesar de estar a kilómetros de distancia. Aunque se deben considerar ciertos aspectos positivos y negativos acerca del uso de las redes sociales por tiempo prolongado debido a que estudios relacionados con el tema han detectado que entre las causas más reconocidas de la adicción a los medios de interacción se encuentran la baja autoestima, la insatisfacción personal, la depresión o hiperactividad, e incluso la falta de afecto.

Se plantean una lista de posibles sugerencias:

- Se sugiere a la comunidad en general no proporcionar más datos personales a menos de que sean estrictamente necesarios debido a que en cualquier momento podrían ser víctimas de usurpación y estafa.
- Se recomienda no agregar contactos que no se conozcan a través de las redes sociales, porque las mencionadas personas pueden tener acceso fácil a la información personal.
- No obstante, es importante sugerir que no se comparta información sobre un hecho del cual no se está seguro, porque los rumores con frecuencia promueven el miedo y la desesperación por el vacío de información que se genera en torno a ellos.
- Es importante que antes de compartir información en redes sociales se compruebe la autenticidad de las imágenes, videos o información.
- Se recomienda que se use las redes sociales para buenos hábitos o como forma de aprendizaje, conocimientos e información sobre las personas y el mundo.
- Ante los diferentes tipos de peligros que existen actualmente en las redes sociales no se recomienda compartir o videos de los lugares que se frecuenta, mucho menos la ubicación.
- Recuerda establecer un límite diario de horas en las redes sociales y desconectarse para no crear dependencias a estas plataformas. Se deben tener objetivos claros, sin estos perderemos tiempo valioso.

- Aprender a reconocer que en las redes sociales está una parte prefabricada de la realidad, por tanto, tomarlas como un medio de conexión e interacción social, más no como la vida real.

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvino, C. (2021) Estadísticas de la situación digital de Ecuador en el 2020-2021. <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-ecuador-en-el-2020-2021/#:~:text=En%20Ecuador%20se%20mantienen%20activos,trav%C3%A9n%20de%20sus%20dispositivos%20m%C3%B3viles.>
- Jiménez, G. (2021) Las redes sociales como herramienta de comunicación entre públicos: endorsement marketing como forma de publicidad. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/106274/Las%20redes%20sociales%20como%20herramienta%20de%20comunicaci%C3%B3n-13-25.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Campos F. (2008) Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. <https://www.redalyc.org/pdf/819/81912006023.pdf>
- Lara, T. (2019) La nueva esfera pública. Los medios de comunicación como redes sociales. https://www.researchgate.net/profile/Tiscar-Lara/publication/28230655_La_nueva_esfera_publica_los_medios_de_comunicacion_como_redes_sociales/links/583c38a908ae502a85e3a23e/La-nueva-esfera-publica-los-medios-de-comunicacion-como-redes-sociales.pdf
- Herrera, H. (2012) Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- Grasso, L. (2011) Encuestas como elemento para sus diseño y análisis. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/55006912/Metodologias_Grasso_Livio_Encuestas_Elementos_para_su_diseno_y_analisis_cap_2_y_5-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1646842415&Signature=NYEMpTf55vRSaJlr6ogMmV3KC~ZdzXlmFXnyLVcKatZZR0m6OX9D8Psd7-w9Juq4on5nq~OrxM47bzFYgR-yxuCN8P-jRDDwPXJErONPhk3r9pv6dd~YZcMT2K6w09ulNkNAeYs3jQ-oKPUr68EkjMJQ1KgnxalwsVdRqNmFO0c5SX6Y~Pp8NWJXWa9fkgJo6ptVr1KsqiVoztYWDq2WGYl5y3djhgiysRRpoH~9FOB1~vLRKGJu7rIDbwCYx4XofipeSq43uCHlbrWSTkpRSMmqC78T1M4KWzO3sZ-XkOD-HTKMHUMo4yOS6pyAUmIWJ8rOZDPXAc5W-AFbr4~g__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- Monje, C. (2011) Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía Dinámica. <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Santander, U. (2021) Investigación cualitativa y cuantitativa: características, ventajas y limitaciones. <https://www.becas-santander.com/es/blog/cualitativa-y-cuantitativa.html>
- Myrtle, EU. (2018). Myrtle, Carolina del Sur. <https://es.db-city.com/Estados-Unidos--Carolina-del-Sur--Horry--Myrtle-Beach>

Carter, C (2019). El estado de los hispanos en Carolina del Sur. Panorama General. https://dc.statelibrary.sc.gov/bitstream/handle/10827/32122/CMA_State_of_Hispanics_SC_Spanish_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sánchez, R (2020). Estados Unidos y la comunidad latina: realidades, desafíos y oportunidades para un futuro más diverso e inclusivo. https://casadeamerica-my.sharepoint.com/personal/valvanera_arraiz_casamerica_es/Documents/Estados%20Unidos%20y%20la%20comunidad%20latina.%20Realidades,%20desaf%C3%ADos%20y%20oportunidades%20par%20un%20futuro%20m%C3%A1s%20diverso%20e%20inclusivo.pdf

Sulbarán, P (2019) BB News: ¿A quién consideran latino en Estados Unidos? (y por qué es más complicado de lo que quizá imaginas) <https://www.google.com.ec/amp/s/www.bbc.com/mundo/noticias-49505207.amp>

CEPAL, (2021) Cerca de 28,5 millones de latinoamericanos y caribeños viven fuera de sus países de origen. <https://www.cepal.org/es/comunicados/cerca-de-285-millones-de-latinoamericanos-y-caribenos-viven-fuera-de-sus-paises-de>

Toro, J (2021) Acceso a redes sociales en América Latina aumentó a 82% en el año de la pandemia. <https://www.larepublica.co/globoeconomia/acceso-a-redes-sociales-en-america-latina-aumento-a-82-en-primer-ano-de-pandemia-3158549#:~:text=En%202020%20se%20registraron%2077,que%20tiene%2012%2C5%20millones>

Murillo, D. (2021). Actualización tecnológica para la investigación y las redes sociales académicas como medio para la colaboración y difusión entre investigadores.

Adco, M., & Eloy, H. (2018). Impacto de las estrategias de marketing digital en redes sociales de empresas distribuidoras de vehículos motorizados en el consumidor de la ciudad de Juliaca 2017.

Sánchez, M. (2017). La influencia de las redes sociales virtuales en la difusión de información y conocimiento. <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/handle/123456789/4238/La%20influencia%20de%20las%20redes%20sociales%20virtuales%20en%20la%20difusión%20de%20Información%20y%20conocimiento%20estudio%20de%20pymes.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Villoria, L. N. (2010). *Aplicaciones web 2.0-Redes sociales*. Eduvim.

Herrera, H. H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Revista reflexiones*, 91(2).

Gallini, S., & Noiret, S. (2011). La historia digital en la era del Web 2.0: introducción al Dossier Historia Digital. *Historia crítica*, (43), 16-37.

Castaño Garrido, C. (2008). Educar con redes sociales y web 2.0.

- Navarro Robles, M. (2020). Comunicación horizontal e interactividad. *Estudios multidisciplinares en comunicación audiovisual, interactividad y marca en la red*.
- Fondevila-Gascón, J. F., Gutiérrez-Aragón, Ó., Copeiro, M., Villalba-Palacín, V., & Polo-López, M. (2020). Influencia de las historias de Instagram en la atención y emoción según el género. *Comunicar*, 28(63), 41-50.
- Marinas, L. (2019). Instagram: Donde Millennials, Generación Z, McLuhan y Bolter se cruzan. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 24, 187.
- ALEGRÍA, L. M. C. " USOS Y GRATIFICACIONES DE MEDIOS DIGITALES A TRAVÉS DE FACEBOOK Y TWITTER EN ADULTOS JÓVENES.
- Fernández Gómez, J. D., Hernández-Santaolalla, V., & Sanz-Marcos, P. (2018). Influencers, marca personal e ideología política en Twitter. *Cuadernos. info*, (42), 19-37.
- Díaz, P. L. P., Langa, E. A., & Medina, R. Z. (2020). La construcción de la agenda de los cybermedios. Estudio comparativo con las preferencias temáticas de lectores y usuarios de Twitter. *Revista Latina de Comunicación Social*, (75), 225-244.
- Díaz, P. L. P., Langa, E. A., & Medina, R. Z. (2020). La construcción de la agenda de los cybermedios. Estudio comparativo con las preferencias temáticas de lectores y usuarios de Twitter. *Revista Latina de Comunicación Social*, (75), 225-244.
- Correa, M. S., & Vitaliti, J. M. (2018). ¿ Online vs. offline? Estudio sobre las redes sociales personales y las redes sociales virtuales en la cibercultura adolescente actual. *Summa psicológica UST*, 15(2), 134-144.
- Marengo Pérez, I. (2018). La red social Snapchat como herramienta de marketing.
- Dones, V., Flecha, J., Santos, M., & López, E. (2018). Consumidores Millennials: las gratificaciones a través del uso de Snapchat y su impacto a motivaciones impulsivas de compra. *Esic Market Economics and Business Journal*, 49(3), 517-532.
- Cristofol Rodríguez, C., Alcalá Vidal, A., & Fernández Pérez, L. (2018). Análisis comparativo de las aplicaciones Snapchat e Instagram: nuevas tendencias derivadas de su uso. *Redmarka: revista académica de marketing aplicado*, 20, 39-76.
- Adco, M., & Eloy, H. (2018). Impacto de las estrategias de marketing digital en redes sociales de empresas distribuidoras de vehículos motorizados en el consumidor de la ciudad de Juliaca 2017.
- Vicente-Fernández, P., & Vinader-Segura, R. (2020). YouTube como plataforma de comunicación para marcas de belleza: creatividad y nuevos formatos publicitarios. *Questiones publicitarias*, 3(26), 13.

González-Martínez, E., & Chica Freire, D. A. (2018). Conducta de los suscriptores en YouTube. *Dixit*, (28), 56-71.

Padilla, E. J., Portilla, G. I., & Torres, M. (2020). Aprendizaje autónomo y plataformas digitales: el uso de tutoriales de YouTube de jóvenes en Ecuador. *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 46(2), 285-297.

Navarro Tovar, M. M. (2022). *Youtube en la literatura del marketing* (Doctoral dissertation, Universidad del Rosario).

VI. ANEXO

ENCUESTA DIGITAL APLICADA A UNA MUESTRA DE LA POBLACIÓN ADULTA DE LA COMUNIDAD LATINA EN LA CIUDAD DE MYRTLE BEACH

1. Seleccione su género

Masculino

Femenino

2. Elija el rango en el que se encuentra su edad

Entre 25 y 30 años

Entre 31 y 40 años

Entre 41 y 50 años

Entre 51 y 60 años

3. Hace cuánto tiempo reside en Myrtle Beach, Estados Unidos

Menos de un año

Un año

Más de un año

Más de 5 años

Más de 10 años

4. Posee una cuenta en alguna red social

Si

No

5. Seleccione la red social que más usa

Facebook

Instagram

Twitter

Snapchat

YouTube

6. ¿Con qué frecuencia usted revisa o accede a esa red?

Siempre

Algunas veces

Poco

Nunca

7. ¿Cree usted que las redes sociales son indispensables para la comunidad latina en Myrtle Beach?

Si

No

8. ¿A qué tipo de contenido usted accede a través de la red social como medio de información?

Entretenimiento

Noticias

Ofertas laborales

Todas las anteriores

9. ¿Considera que las redes sociales son un medio de comunicación confiable para los latinos de Myrtle Beach?

Poco confiable

Confiable

Muy confiable

10. ¿Cree usted que existen grupos en las redes sociales de comunidad latinas?

Si

No

11. ¿Conoce usted de alguno?

Sí

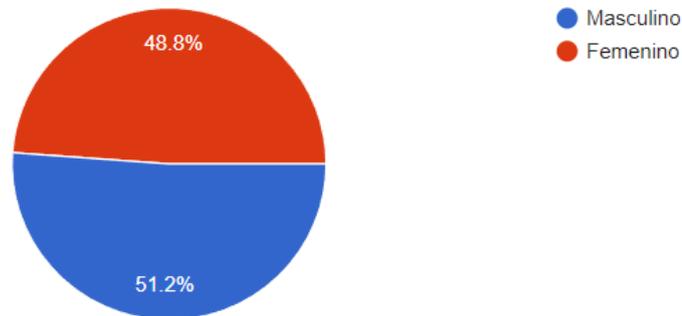
No

Resultados Por Pregunta De La Encuesta Realizada

Gráfico 1

1. Seleccione su género

391 respuestas



Fuente: Encuesta a la población adulta de la comunidad latina en Myrtle Beach.

Elaborado por: Stephania Vicenta Ordoñez Cárdenas.

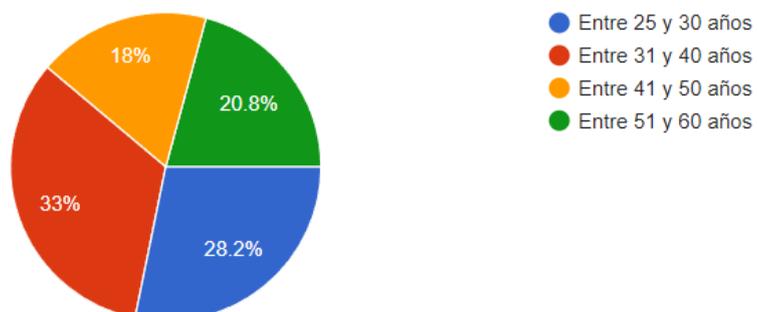
Interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos, el 51,2% de la muestra seleccionada que respondió a la encuesta es de sexo masculino, mientras que el 48,8% fueron de sexo femenino. Desde esta resolución son los hombres quienes más acceden a las redes sociales.

Gráfico 2

2. Elija el rango en el que se encuentra su edad

394 respuestas



Fuente: Encuesta a la población adulta de la comunidad latina en Myrtle Beach.

Elaborado por: Stephania Vicenta Ordoñez Cárdenas.

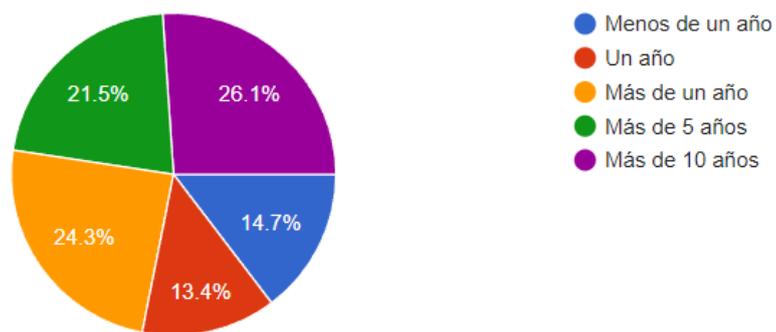
Interpretación:

En este reactivo se evidencia que las personas que más acceden a las redes sociales tiene un rango de edad entre 31 y 40 años y la parte minoritaria corresponde al rango de edad entre 41 y 50 años.

Gráfico 3

3. Hace cuánto tiempo reside en Myrtle Beach, Estados Unidos

395 respuestas



Fuente: Encuesta a la población adulta de la comunidad latina en Myrtle Beach.

Elaborado por: Stephania Vicenta Ordoñez Cárdenas.

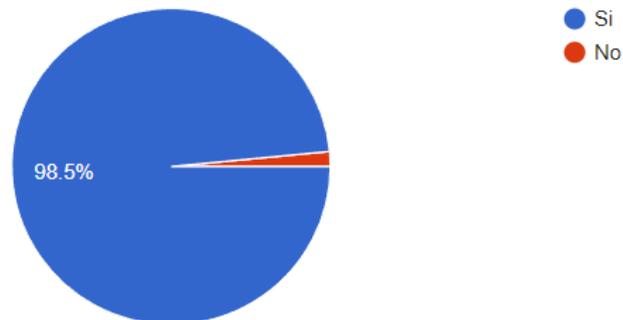
Interpretación:

De la muestra se evidencia que el mayor porcentaje de encuestados reside hace más de 10 años en la ciudad de Myrtle Beach en tanto que la cantidad menor corresponde al 13,4% que reside hace un año.

Gráfico 4

4. Posee una cuenta en alguna red social

394 respuestas



Fuente: Encuesta a la población adulta de la comunidad latina en Myrtle Beach.

Elaborado por: Stephania Vicenta Ordoñez Cárdenas.

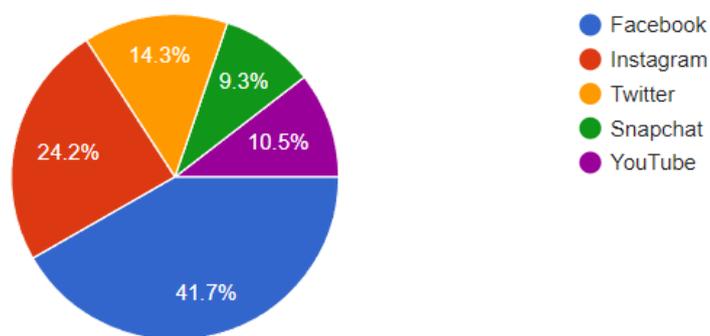
Interpretación:

A través de este reactivo determinamos que el 98,5% de los encuestados de la ciudad de Myrtle Beach afirma que posee una cuenta en las redes sociales mientras que el 1,5% no tiene.

Gráfico 5

5. Seleccione la red social que más usa

396 respuestas



Fuente: Encuesta a la población adulta de la comunidad latina en Myrtle Beach.

Elaborado por: Stephania Vicenta Ordoñez Cárdenas.

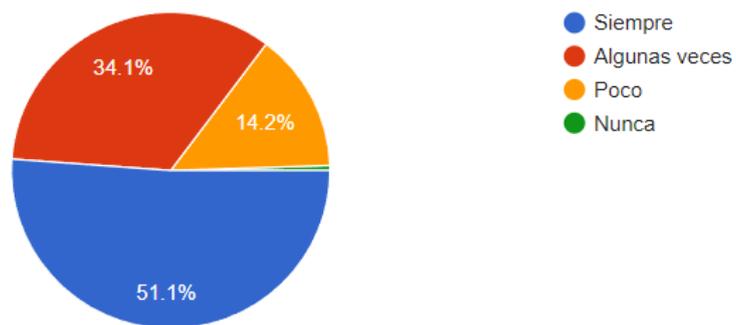
Interpretación:

En el presente ítem se obtuvo a grandes rasgos que la mayor cantidad de latinos residentes en Myrtle Beach usan la red social Facebook, siguiéndole Instagram, Twitter, YouTube y Snapchat

Gráfico 6

6. ¿Con qué frecuencia usted revisa o accede a esa red?

393 respuestas



Fuente: Encuesta a la población adulta de la comunidad latina en Myrtle Beach.

Elaborado por: Stephania Vicenta Ordoñez Cárdenas.

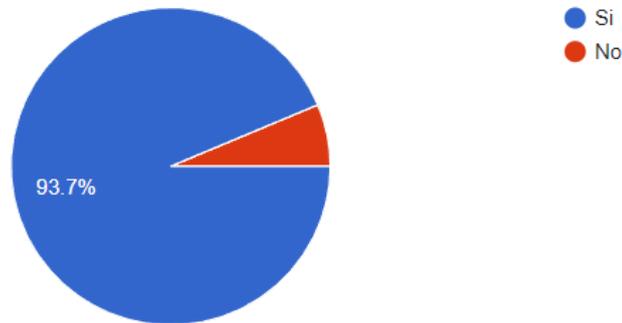
Interpretación:

Mediante estos resultados se evidencia que los encuestados siempre acceden a las redes sociales dejando claro que aquel que posee una red social esta siempre en uso de aquella, solo un 0,6% expresa que nunca las revisa.

Gráfico 7

7. ¿Cree usted que las redes sociales son indispensables para la comunidad latina en Myrtle Beach?

395 respuestas



Fuente: Encuesta a la población adulta de la comunidad latina en Myrtle Beach.

Elaborado por: Stephania Vicenta Ordoñez Cárdenas.

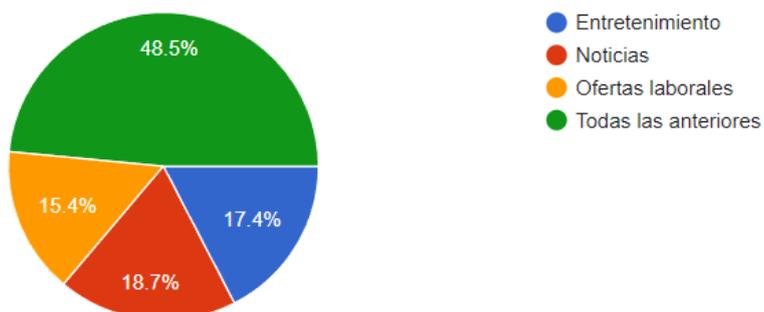
Interpretación:

A través de este reactivo podemos determinar que el 93,7% de la población encuestada cree que las redes sociales son indispensables en la comunidad latina de Myrtle Beach, no obstante, un 6,3% no lo opina así.

Gráfico 8

8. ¿A que tipo de contenido usted accede a través de la red social como medio de información?

396 respuestas



Fuente: Encuesta a la población adulta de la comunidad latina en Myrtle Beach.

Elaborado por: Stephania Vicenta Ordoñez Cárdenas.

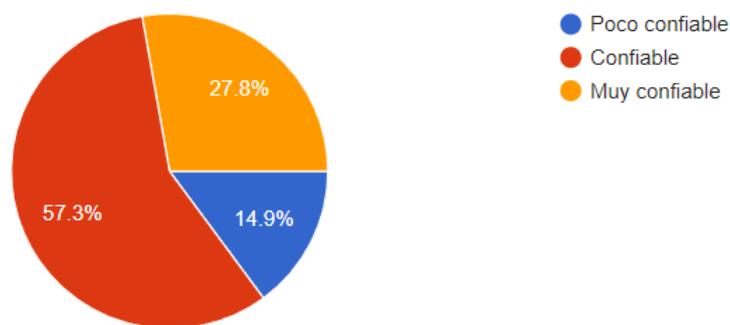
Interpretación:

En la tabulación de datos del presente ítem se evidencia que los encuestados usan las redes sociales para estar informados mediante las noticias, tienen acceso a entretenimiento y están pendientes de las ofertas laborales en la ciudad de Myrtle Beach.

Gráfico 9

9. ¿Considera que las redes sociales son un medio de comunicación confiable para los latinos de Myrtle Beach?

396 respuestas



Fuente: Encuesta a la población adulta de la comunidad latina en Myrtle Beach.

Elaborado por: Stephania Vicenta Ordoñez Cárdenas.

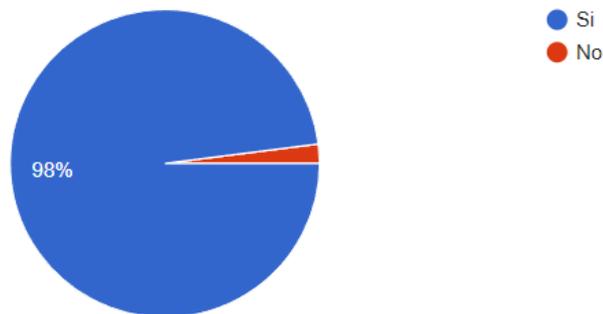
Interpretación:

De acuerdo con los resultados, se evidencia con un 57,7% que la población considera que las redes sociales son un medio de comunicación confiable para los latinos en la ciudad mientras que un 14% asegura que son poco confiables.

Gráfico 10

10. ¿Cree usted que existen grupos en las redes sociales de comunidad latinas?

396 respuestas



Fuente: Encuesta a la población adulta de la comunidad latina en Myrtle Beach.

Elaborado por: Stephania Vicenta Ordoñez Cárdenas.

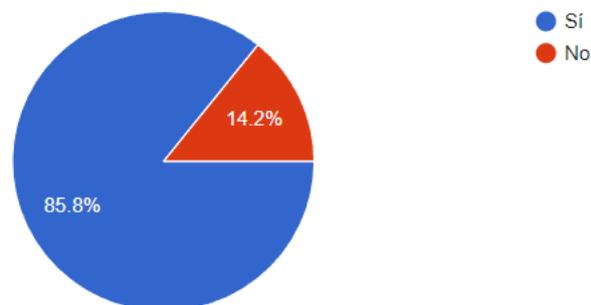
Interpretación:

Mediante los resultados obtenidos de la muestra, el 98% de los encuestados cree que existen grupos en las redes sociales de comunidad latina sin embargo un 2% de la población no lo opina.

Gráfico 11

11. ¿Conoce usted de alguno?

394 respuestas



Fuente: Encuesta a la población adulta de la comunidad latina en Myrtle Beach.

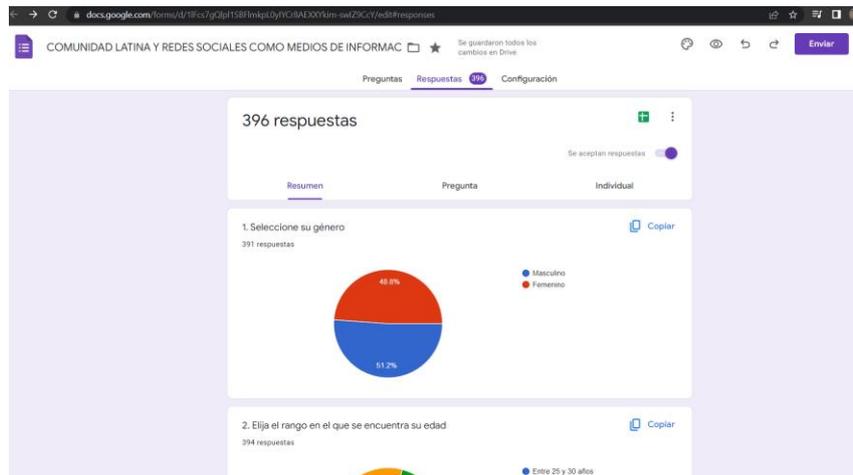
Elaborado por: Stephania Vicenta Ordoñez Cárdenas.

Interpretación:

Por último, el 85% de los encuestados afirma que conoce algún grupo de la comunidad latina en las redes sociales mientras que un grupo menor de 17,2% afirma no conocer ninguno.

EVIDENCIAS DE LA ENCUESTA REALIZADA A TRAVÉS DE INTERNET

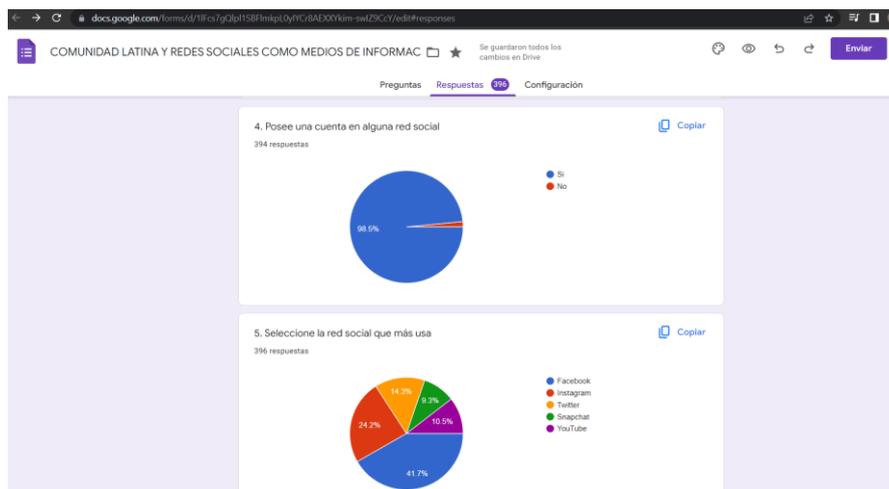
Gráfico 12



Nota: Captura de pantalla de la encuesta realizada a las personas adultas de la comunidad latina en la ciudad de Myrtle Beach.

Elaborado por: Stephania Vicenta Ordoñez Cárdenas

Gráfico 13



Nota: Captura de pantalla de la encuesta realizada a las personas adultas de la comunidad latina en la ciudad de Myrtle Beach.

Elaborado por: Stephania Vicenta Ordoñez Cárdenas