



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN (REDISEÑADA)



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

TEMA:

ANÁLISIS DEL CONTENIDO DEL PROGRAMA “PRIMERA CITA”
DEL CANAL DE YOUTUBE INGOBERNABLES EC.

AUTORA:

NUÑEZ BARANDICA JENIFFER MELISSA

TUTOR:

MSC. MORA MUÑOZ OSCAR ALFREDO

BABAHOYO – SEPTIEMBRE

2023

Dedicatoria

Este trabajo investigativo lo dedico principalmente a mis padres, ya que son quienes han estado junto a mi desde el inicio de esta gran travesía que ha sido mi carrera universitaria, por su apoyo incondicional y su sacrificio. A mi tía por haber sido mi lugar de descanso cuando las cosas se ponían difíciles y por sus valiosos consejos que fueron de gran ayuda en este largo proceso. A mi novio por ser incondicional, acompañarme y brindarme palabras de aliento las veces que lo necesité.

Agradecimiento

Agradezco principalmente a Dios por brindarme salud y vida, por darme sabiduría y fortaleza en los momentos de dificultad. Gracias a mis padres, Carlos Nuñez Y Clemencia Barandica por ser mi apoyo y soporte incondicional, por confiar en mí y por cada uno de los valores que me inculcaron siempre. A mi tía Alexandra Nuñez por ser mi segunda madre, por todo su amor y estar presente con palabras de apoyo y oraciones. A mi novio Derian Moreira por acompañarme y nunca dejarme sola en este arduo proceso, por su ayuda incondicional cada que la necesitaba. A mis compañeros y amigos quienes hicieron más llevadero y divertido este proceso y para finalizar agradecer a cada uno de los docentes por compartir sus conocimientos ya que gracias a eso podre convertirme en una gran profesional como ellos.

Resumen

El presente estudio de caso se basa en el análisis del contenido del programa “Primera Cita” y su influencia en la sociedad, es un programa que nació en la ciudad de Guayaquil de la provincia del Guayas, siendo un programa transmitido por la plataforma de YouTube el cual puede verse en varios países teniendo así un alcance internacional.

La periodista que imparte este programa se dedica a informar, entretener y abordar varios temas entre ellos políticos, educativos, información útil y de interés. Por lo tanto, se observará y se analizará en este documento el impacto y aporte que el contenido de este programa tiene en la sociedad, incluyendo la opinión de conocedores en el ámbito periodístico y de usuarios de internet.

Se utilizó el método analítico para poder lograr los objetivos planteados, se implementó como herramienta un focus group, una encuesta a la comunidad y una entrevista a un licenciado en comunicación que dieron como resultado el aporte positivo que tiene el programa “primera cita” en la sociedad.

Palabras claves: programa, sociedad, contenido, análisis, impacto.

Abstract

The present case study is based on the analysis of the content of the program “Primera Cita” and its influence on society, it is a program that was born in the city of Guayaquil in the province of Guayas, being a program transmitted by the YouTube platform which It can be seen in several countries, thus having an international reach.

The journalist who teaches this program is dedicated to informing, entertaining and addressing various topics including political, educational, and useful and interesting information. Therefore, the impact and contribution that the content of this program has on society will be observed and analyzed in this document, including the opinion of experts in the journalistic field and at the same time of its audience.

The analytical method was used to achieve the stated objectives, a community survey and an interview with a communication graduate were implemented as a tool, which resulted in the positive contribution that the “first date” program has in society.

Keywords: program, society, content, analysis, impact.

Índice

CONTEXTUALIZACION	7
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
2. JUSTIFICACION	8
3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO	9
4. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	9
DESARROLLO	10
5. MARCO CONCEPTUAL	10
6. MARCO METODOLÓGICO.....	17
7. RESULTADOS.....	19
8. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	22
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	24
9. CONCLUSIONES	24
10. RECOMENDACIONES.....	25
REFERENCIAS Y ANEXOS.....	26
11. REFERENCIAS.....	26
12. ANEXOS	30

CONTEXTUALIZACIÓN

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A lo largo de los años la plataforma YouTube ha sido sumamente visitada y aceptada por usuarios en internet, la misma que brinda contenido enormemente variado como videos musicales, programas de televisión, clips de películas, video blogs, entre otros. Este sitio web da la oportunidad a sus usuarios de subir videos a la plataforma y compartir su contenido de manera fácil, y a su vez da la oportunidad a sus receptores de interactuar en cada video dando opinión mediante comentarios, manifestar si les gusta o no y hasta compartir los videos con demás personas.

De esta manera y por la facilidad de acceso que tiene la plataforma se puede considerar puntos positivos, pero también negativos de este sitio web, como el fácil acceso a diferente tipo de información que en el peor de los casos pueden impactar de manera negativa en sus consumidores.

El programa “primera cita” del canal de YouTube Ingovernables Ec, es un programa de entrevistas presentado por la Periodista Alondra Santiago, las mismas que son subidas cada domingo en el canal de YouTube. Teniendo como invitados a diferentes personajes de la coyuntura ecuatoriana ya sean cantantes, políticos, economistas, actores, periodistas, entre otros. Donde tienen el espacio para expresarse de manera libre, tocando temas de interés público a manera de informar y entretener a las personas que consumen su contenido. Por lo cual el propósito de este estudio es analizar si el contenido de este programa de entrevistas llamado

“Primera Cita” impacta y aporta de manera positiva a la sociedad y si cumple con los estándares éticos, morales y profesionales del periodismo.

2. JUSTIFICACION

En la era actual, la sociedad se encuentra inmersa en una revolución digital que ha transformado la forma en que las personas acceden a la información, el entretenimiento y las experiencias educativas. Las plataformas digitales, como YouTube, se han convertido en una parte fundamental de esta transformación, ofreciendo una amplia gama de contenidos que abarca desde lo educativo hasta lo cultural y lo de entretenimiento.

YouTube es una herramienta poderosa que alberga una inmensa variedad de contenidos, desde tutoriales útiles y conferencias sobre una multitud de temas, hasta canales de entretenimiento y juegos. Esta diversidad permite a las personas acceder a una riqueza de conocimientos y experiencias, pero también plantea el desafío de la influencia negativa que algunos contenidos pueden ejercer sobre la sociedad.

Un aspecto importante de YouTube es la influencia que ejercen los creadores de contenido en la opinión y el comportamiento de su audiencia. Muchos de estos creadores tienen un gran número de seguidores y, por lo tanto, tienen la capacidad de moldear actitudes y opiniones. Sin embargo, esta influencia puede ser tanto positiva como negativa, dependiendo del contenido que promueva.

En un mundo digital donde la influencia de los creadores de contenido es significativa, es crucial analizar programas digitales, que busquen impactar positivamente en la sociedad. Este análisis no solo enriquecerá nuestro conocimiento académico, sino que también puede inspirar un cambio positivo en la forma en que se crea y consume contenido en plataformas digitales.

3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Objetivo general

Analizar y comprender el impacto del programa “Primera Cita” del canal de YouTube Ingovernables Ec en la comunidad.

Objetivos específicos

- Examinar el contenido actual que imparte el programa “Primera Cita”.
- Identificar la influencia que tiene el programa “Primera Cita” en la sociedad.
- Determinar el aporte que tiene el programa “Primera Cita” con la comunidad.

4. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

La línea de investigación del presente proyecto es Gestión de la Comunicación que a su vez va ligada con la sub línea de investigación: Medios de comunicación, comunidad y cambio social. Las mismas que son usadas a causa del tema aprobado que inclina al análisis del contenido del programa “Primera cita” del canal de YouTube Ingovernables Ec y su relación con la comunidad.

DESARROLLO

5. MARCO CONCEPTUAL

Al hablar de la plataforma YouTube y el contenido que se maneja en ella, es de gran importancia considerar otros aspectos que hacen que se cumplan ciertos parámetros o variables como por ejemplo el internet, el contenido visual, qué es un canal de YouTube, la comunidad, influencia, su respectivo análisis y los otros canales de difusión. Estos factores ayudan a una mejor contextualización de la situación, orientando al investigador y al acreedor de la información a un panorama claro.

El internet

El concepto más básico, es el que todo conocemos, se considera como una red de computadoras que se encuentran interconectadas entre sí por medio de una red por la cual se comparte información de forma descentralizada, utilizando un lenguaje universal y formas de cálculo, es un espacio donde convergen muchos tipos de tecnologías, facilitando la interacción entre usuarios de diferentes partes del mundo, (Garcías, López, & Llanga, 2019).

El internet es una herramienta que ha evolucionado con el pasar de los años, convirtiéndose en instrumento fundamental para algunos o simplemente una herramienta de entretenimiento y distracción, lo que se encuentra dentro de ella es un mundo infinito, (Rodríguez & Cabrera, 2018). Gracias a los constantes cambios a los que ha sido sometido, hoy en día es lo que es, una gran fuente de contenido, lugar donde se puede encontrar casi cualquier cosa. El significativo aumento en la utilización y acceso a Internet ha ocasionado cambios de gran importancia en la sociedad en las últimas décadas. En la actualidad, es viable llevar a cabo diversas actividades en entornos virtuales, gracias a las Tecnologías de la Información y

Comunicación (TICs). Estos cambios han tenido un profundo impacto en la manera en que opera la sociedad. Actividades como el trabajo, el estudio y la comunicación han experimentado adaptaciones y transformaciones a través de estas herramientas tecnológicas, brindando nuevas oportunidades y perspectivas en la forma en que nos relacionamos con la información y entre nosotros, (Flores, Hernández, & Garay, 2020). El internet es una herramienta poderosa que incluso su uso y manejo, ha incrementado bastante en estos últimos años en personas de la tercera edad, (Nick, Carrillo, Merchan, & Moreno, 2019). Es decir, no solo los más pequeños son el blanco de estas plataformas, sino que todos pueden manipularlas, la cuestión es el propósito de uso que le dan.

La comunicación

la manera de transmitir información ha cambiado notablemente desde la aparición del primero, se han creado canales digitales mediante los cuales la gente adquiere conocimiento o simplemente se entretiene. La comunicación ha pasado de ser simplemente un medio escrito en hojas de papel a uno que incluye la digitalización de contenidos, como por ejemplo los medios de comunicación en Facebook, Instagram, Tik Tok y YouTube. Las redes sociales son consideradas importantes para la sociedad en su día a día, ya que permiten que esta se encuentre informada y entretenida de eventos ya sean nacionales, locales o internacionales. Para (San Marín & Marquéz, 2015) estos mecanismos surgen como una necesidad de interacción con individuos de la misma clase o que posean las mismas características, en la actualidad, muy aparte del tema de interés, el contenido circula de página en página, haciendo que la información se propague de una manera increíble en cuestión de segundos, independientemente de que si esta sea verdadera o falsa. Las redes sociales permiten una interacción social amplia, que ayuda al intercambio de ideas con nuevas generaciones (García & Idarraga, 2019). Sin embargo, para

llegar al punto en el que se encuentra, las redes han tenido que sufrir varios cambios, por ejemplo, primero se comenzó con lo que comúnmente se conoce como mensajes de texto, con el transcurso de los años, el sistema tradicional, ha mutado, es decir, en su mayoría, los medios primarios, pasaron de entregar información a través de una red social, y poco a poco, construir sus propias páginas web, para así revolucionar la forma de brindar datos que son de interés popular.

Las redes sociales son plataformas digitales que permiten a las personas conectarse, comunicarse y compartir contenido en línea. Durante los últimos cinco años, estas plataformas han experimentado un crecimiento significativo en términos de usuarios y funcionalidades. “en la actualidad, las redes sociales son sin lugar a duda una de las herramientas más importante en las empresas” (Pedreschi & Nieto, 2021). Algunas tendencias destacadas incluyen el aumento del contenido efímero, donde las publicaciones desaparecen después de un tiempo determinado, así como el enfoque creciente en el video como formato de contenido dominante. El marketing de influencers también ha ganado popularidad, con personas influyentes que proporcionan productos y servicios a través de sus perfiles. Además, la privacidad y la seguridad de los datos personales han sido preocupaciones crecientes, lo que ha llevado a la implementación de regulaciones más estrictas en diferentes regiones del mundo. Las redes sociales surgieron como resultado de la convergencia de diversos factores tecnológicos y sociales. A medida que Internet se hizo más accesible y se desarrollaron sitios web de perfiles y comunidades en línea, las personas comenzaron a buscar formas de interactuar y conectarse en el mundo digital.

Esto permite satisfacer una necesidad inherente del ser humano de formar parte de grupos con características e intereses comunes, lo cual según la escala de necesidades de Maslow o

pirámide de Maslow, obedecería Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión a la necesidad de pertenencia o afiliación. (Herrera, 2012, pág. 125)

Plataformas como Friendster y MySpace fueron pioneras en este campo, permitiendo a los usuarios crear perfiles, conectarse con amigos y descubrir nuevas conexiones. Estos hitos sentaron las bases para el crecimiento y la popularización de las redes sociales tal como las conocemos hoy en día. Las redes sociales e internet, atendiendo a su estructura reticular de alcance prácticamente global, facilitan un entramado comunicativo favorable para el diálogo intercultural y para el empoderamiento de las personas y los pueblos (Gozálves, 2023).

Luego de un preámbulo de la definición de las redes sociales, se procede a centrarse en la principal fuente de investigación o más bien dicho, la plataforma donde radica el programa el cual va a ser producto de análisis, YouTube.

YouTube

Fue creada por tres empleados de PayPal, Chad Hurley, Jawed Karim y Steve Chen, en febrero de 2005 y adquirida por Google en 2006. YouTube se erige como la principal plataforma de visionado de vídeo: 1000 millones de usuarios, 88 países, 76 idiomas, 95% de los usuarios de internet (YouTube press, 2018). Su competencia tiene volúmenes de contenido muy inferiores: Vimeo, Dailymotion, Maker Studios, Flickr, Vidddler. (Tur, Núñez, & Martínez, 2019).

En un principio jamás se pensó que el medio alcance tal magnitud, en la actualidad representa un lugar con una gran afluencia de personas, es famosa por su contenido extremadamente variado, cómo ya se mencionó en la cita anterior, es el lugar principal de contenido visual en línea.

YouTube es un lugar en línea que posibilita a los usuarios cargar, visualizar y compartir videos. Desde su fundación en 2005, ha surgido como uno de los sitios web más utilizados y populares a nivel global. Los usuarios tienen la capacidad de subir una amplia gama de contenidos, que va desde videos personales hasta tutoriales, música, películas y programas de televisión.

La plataforma ofrece diversas funcionalidades, como comentar en videos, suscribirse a canales para recibir actualizaciones, calificar con "me gusta" o "no me gusta" los videos y compartir contenidos en redes sociales y otros medios. Además, ofrece oportunidades para que los creadores obtengan ingresos a través de la monetización de sus videos mediante anuncios y suscripciones de usuarios.

Con el paso del tiempo, ha incorporado funciones adicionales, como transmisiones en vivo, streaming de videojuegos y la opción de alquilar o comprar películas y programas de televisión. La plataforma ha dejado una marcada influencia en la cultura digital, la educación en línea y el entretenimiento, permitiendo a las personas compartir sus narrativas, habilidades e intereses con una audiencia global.

Es una plataforma que está repleta de información para miles y miles de personas, según la opinión de (Piras, 2020), dentro de su interfaz, alberga sin fin de contenidos, dirigidos a las diferentes audiencias con sus gustos diversos. Para (Losano, María, & Cuenca, 2019), YouTube es un espacio donde compartir material audiovisual, especialmente compuesto por canales de video blogs, videojuegos, comedia y acción, cine, música, shows y educación.

En este lugar, radica el canal objeto de investigación Ingovernables Ec con el segmento “primera cita” este es el que mediante la plataforma transmite cierto contenido que mediante al estudio se determinará si es favorable o no favorable para la ciudadanía.

Comunidad

Una comunidad en redes sociales es un conjunto de personas que comparten intereses o afinidades y se conectan a través de una plataforma en línea. Esto puede abordar una amplia gama de temas, desde aficiones hasta causas sociales. La interacción en una comunidad de redes sociales implica compartir contenido, comentar, dar "me gusta" y participar en conversaciones con otros miembros. La clave es que la interacción es bidireccional y se basa en la participación activa de los miembros. Puede ser gestionada por una marca, organización o puede surgir de manera orgánica entre los usuarios. El objetivo es fomentar la participación y el intercambio de ideas entre los miembros, creando un sentido de pertenencia y conexión. Esto puede ser valioso para marcas y organizaciones.

Las redes sociales son un nuevo ecosistema de relaciones sociales en el que los adolescentes siguen a personajes públicos o «influencers»: «instagramers», «twitteros» y «youtubers». Su comportamiento en los posts que publican se convierte en una tendencia y un modelo para las nuevas generaciones. (Lozano, Mira, & Gil, 2023)

Estos espacios han sido aprovechados por miles de personas que han visto como una oportunidad de dar a conocer sus ideales de una forma creativa e innovadora, así es que ciertos sitios son de mayor reconocimiento o fama que otros.

El YouTube se ha fomentado la manera de impartir educación, “las comunidades virtuales subían el contenido de dos maneras: la primera, eran resúmenes de las clases

transmitidas, y la segunda, las clases completas transmitidas del día” (Cordero, 2022). Con esta afirmación se define que la red social no simplemente cumple un rol de transmitir contenido de entretenimiento sino también es de carácter educativo.

6. MARCO METODOLÓGICO

En esta investigación se utilizó el método analítico, para así poder llevar al lector a un nivel reflexivo acerca del conocimiento brindado por medio de la misma. Para (Echavarría, Ramírez, Zuluaga, & Ortiz, 2010) el método analítico es un proceso por el cual se llega a un resultado, mediante la descomposición de ciertos aspectos que conforman un elemento.

A través de un enfoque de carácter cualicuantativo, se busca obtener indicadores que aporten a este estudio de caso, De lo general a lo específico. Se usó como una de las principales herramientas de obtención de datos, la entrevista, (Díaz, Torruco, Martínez, & Verela, 2013), nos recuerda que, se puede definir a este medio de recolección de datos como una conversación entre dos sujetos, dispuestos a intercambiar información. Esta se realizó a un profesional de la comunicación Lcdo. Edison Yoel Mora León. Quién brindó una opinión más acertada de la situación.

Además también se tiene la presencia de la encuesta que para (Katz, Seid, & Abuiso, 2019) ,son cuestionarios donde las personas tienen la facilidad de elegir su respuesta, a través de sus respectivas creencia, ideologías, opiniones o aptitudes. Para que los dos factores anteriores se cumplan, se tuvo que realizar un Focus Grup, mediante el cual, se tomó 20 personas a lazar para que sean espectadores del contenido de Imparables.ec y así poder conocer sus opiniones. La investigación es mixta debido a que, a través de los individuos seleccionados, se realizó un pequeño cuestionario que ayudó a la deducción de la perspectiva acerca del programa que visualizaron.

La encuesta se realizó con el uso de la herramienta google docs, la cual es encargada de generar formularios de fácil entendimiento para el público lector y así este pueda identificarse

con la opinión que más crea conveniente a la hora de responder, los mencionados formularios fueron enviados a los sujetos de interés por medio de la plataforma WhatsApp.

7. RESULTADOS

El canal “ingobernables Ec” es muy reconocido dentro de su contexto, pero también existe demasiada audiencia que desconoce de su contenido, por ello, para que exista un punto de partida homogéneo, se ha optado por, tomar a 20 individuos de manera aleatoria para que estos puedan enterarse del contenido que se genera, para que posteriormente puedan contestar el formulario. El crítico que ha aportado con su opinión, no se encuentra dentro de este grupo, a él, se le realizó una entrevista, mediante la cual se pudo aclarar varios criterios desde un punto de vista profesional.

Resultado de la encuesta

Para la encuesta se tuvo en consideración 7 preguntas y los resultados están presentes a continuación:

Mediante la recopilación de información, se dio a conocer que el 100 % de sujetos, respondieron que este es un contenido de gran aporte a la sociedad. Otro caso similar es el de si el contenido es educativo, todos contestaron que sí, es decir el 100 %. 70 % reacciona que el contenido puede ser perjudicial para algunos sujetos, mientras que el 30 % no está de acuerdo.

De acuerdo con el cuestionamiento de que, si se debe clausurar o no por el contenido que genera, 95 % se niega rotundamente a esta acción, sin embargo, un 5 % estaría optando por el sí. El lenguaje es adecuado para el 95 % y para el 5 % sobrante no. Algo sumamente importante es que los individuos, respondieron sí a la pregunta sobre el contenido cómico dentro de su segmento, esta preguntaba si los hacía reír o no cuando observaban el contenido de este canal, 90 % está de acuerdo y el 10 % no. 65 % notó que la página era víctima de haters,

personas con malas intenciones que intentan dañar la imagen de la marca, 45 % pasó por alto y contestó no.

Resultado de la entrevista

Para la entrevista se usó las mismas preguntas usadas en las encuestas, pero con la diferencia de que estas contienen un punto de vista más descriptivo, a diferencia del sí o no, en estas se puede aclarar las situaciones planteadas de una forma más detallada.

Ingobernables Ec es un canal donde se comparte contenido de suma importancia para la ciudadanía, su plataforma está llena de segmentos que van desde la política hasta temas que abordan la salud en sus diferentes ámbitos, por lo tanto, se considera productivo para la ciudadanía, de una índole educativa también, debido a que enseña al sujeto a como sobrellevarse acerca de algún tema en concreto.

El contenido en general no es malo, pero considerando que existe diversidad de gustos y sensibilidades, puede considerarse como delicado para ciertos públicos, ya que en algunos momentos se usan términos un tanto delicados, sin embargo, son mínimas las veces que esto ocurre, debido a las cambiantes generaciones, esto podría repercutir luego en el tema de aumento de haters, tan solo porque se dijo mal una palabra o simplemente no va de acuerdo a las expectativas de un grupo determinado. Claro que no debe ser clausurado, el hecho de que no sea de gusto general, no significa que se lo deba vetar de la plataforma, para quienes no compartan los términos de la página, son libres de buscar otro tipo de contenido, o el mismo, pero con diferente forma de impartirlo.

Su contenido es pertinente porque se conecta con la audiencia, no se puede usar un vocabulario extremadamente técnico, no se puede correr el riesgo de no darse a entender frente a

miles de seguidores e incluso, posee momento de comedia en el transcurso de los vídeos, lo que hace sentir identificados a los sujetos observadores.

8. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A través de los resultados obtenidos, se ha llegado al consenso de que, al momento de utilizar las encuestas y las entrevistas como medio de recolección de información, las respuestas no se separaron mucho unas con otras, es decir encuesta con entrevista y entrevista con encuestas. Lo que se determina es lo siguiente: por lo visto, no se necesita ser un experto en su totalidad para reconocer el contenido educativo, beneficioso para la sociedad o ciudadanía ya que las contestaciones tienen mucha semejanza con la entrevista aislada realizada al experto en comunicación.

El programa analizado por medio de la plataforma YouTube, demostró que, es de beneficio para la ciudadanía que lo recibe, debido a que se imparte temas de interés múltiple, incluyendo segmentos con lo que la gente se siente identificada, un ejemplo claro de esto es el anexar momentos de comedia que logran hacer identificado al visualizador de contenido. (Gozálves, 2023) dice que facilitan un entramado comunicativo favorable para el diálogo intercultural y para el empoderamiento de las personas y los pueblos. En este sentido el contenido importante para la sociedad por albergar temas que son de beneficio del pueblo.

Para (San Marín & Marquéz, 2015), los mecanismos expuestos, surgen por la necesidad de interacción con el resto, en el programa analizado, se habla de muchas cosas en donde se hace sentir incluido a todo tipo de individuos, claro es que para algunos no es de total agrado lo que se imparte, pero este motivo de división de opiniones, no clasifica como malo su producción, también cabe separar los criterios subjetivos con los objetivos, tal y como la opinión brindada por el experto en la entrevista.

Tal y como nos mencionan Carrillo, Merchan, & Moreno, 2019), el internet es una herramienta poderosa donde se puede encontrar cualquier tipo de situaciones que el usuario requiera, pero no todo lo que se encuentra es de beneficio para la sociedad, existe sitios que se convierten en vicios para los internautas, quitando tiempo que podría ser empleado en otro tipo de actividades o que incluso son más deseados que lo que de verdad se debería consumir.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

9. CONCLUSIONES

Tras un análisis exhaustivo del contenido actual del programa "Primera Cita" del canal de YouTube Ingovernables Ec, se ha revelado una serie de hallazgos significativos. Este estudio ha proporcionado una visión profunda del enfoque del programa.

Se determinó también que el contenido del programa de “primera cita” influye de manera mayoritaria en jóvenes y adultos debido al cambio que se ha generado en los medios digitales, ya que esta nueva manera de comunicación permite el acceso rápido y directo al contenido, dejando atrás las limitaciones que presentaban los medios anteriores.

Los resultados obtenidos indican de manera concluyente que este programa ha logrado aportar de manera positiva a su audiencia, al entorno digital y a la sociedad en general, ya que su contenido se caracteriza por ser educativo, culturizar y compartir nuevos temas y experiencias que sean de interés. Así mismo ofrece un valioso aporte a la comunidad digital al fomentar relaciones positivas, activar la empatía y promover el desarrollo social. Su influencia positiva y su potencial para inspirar a otros creadores son señales talentosas de que la plataforma digital puede utilizarse para el beneficio de la sociedad en general.

10. RECOMENDACIONES

Con base en el análisis realizado sobre el estudio de caso, se recomienda al segmento “primera cita” mantener el tipo de lenguaje que utiliza al compartir sus opiniones ya que de no hacerlo podría repercutir de manera negativa en la comunidad.

Se recomienda al programa “Primera cita” compartir sus entrevistas con más frecuencia para de esa manera mantener activo el interés de la audiencia, crear un espacio en el que la audiencia pueda compartir sus criterios, opiniones y comentarios. Para así establecer una conexión más directa y que se sientan parte del programa.

Para maximizar el impacto del programa, se sugiere explorar estrategias como colaborar con otros creadores de contenidos para así maximizar su alcance y expandir su audiencia, tener un horario establecido en el que suban sus videos para que de esta manera puedan mantener a la audiencia comprometida y anticipar sus nuevos contenidos.

Deben asegurarse de no perder la capacidad que tienen de brindar valor a su audiencia, ya sea a través de entretenimiento, educación, información útil u otros medios.

REFERENCIAS Y ANEXOS

11. REFERENCIAS

- Cordero, A. (2022). *COMUNIDADES VIRTUALES DE APOYO PARA LA EDUCACIÓN A DISTANCIA DEL PROGRAMA “APRENDE EN CASA”. UN ANÁLISIS EN LAS REDES SOCIODIGITALES: YOUTUBE Y FACEBOOK*. Tesina, UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ZACATECAS. Obtenido de http://148.217.50.3/jspui/bitstream/20.500.11845/3077/1/JESSICA%20A.%20CORDERO_TESINA%20TITULO%201.pdf
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Verela, M. (13 de Mayo de 2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. Obtenido de Scielo: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009
- Echavarría, J., Ramírez, C., Zuluaga, M., & Ortiz, J. (1 de Enero de 2010). EL MÉTODO ANALÍTICO COMO MÉTODO NATURAL1. *Nómadas*, 25, 2-28. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/181/18112179017.pdf>
- Flores, J., Hernández, R., & Garay, R. (15 de Marzo de 2020). Tecnologías de información: Acceso a internet y brecha digital en Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, XXV(90), 504-527. Obtenido de <file:///C:/Users/usuario2022/Downloads/Dialnet-TecnologiasDeInformacion-8890279.pdf>

- García, S., & Idarraga, S. (30 de Mayo de 2019). *IMPORTANCIA DE LAS REDES SOCIALES EN EL SOCIAL MARKETING: UN ANÁLISIS DESDE LA PERCEPCIÓN DE LOS MILLENNIALS*. Obtenido de https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/bitstream/handle/20.500.12746/5783/Sara%20Isabel%20Garcia_%20Sara%20Idarraga.%20Mayo%202019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Garcías, S., López, G., & Llanga, F. (Mayo de 2019). Uso del internet como base para el aprendizaje”, *Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo*. *Revista: Atlante*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/atlante/2019/05/internet-aprendizaje.html>
- Gozálves, V. (2023). Desarrollo humano y redes sociales en sociedades digitales. *Shopia*. Obtenido de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S1390-86262023000100041&script=sci_arttext
- Herrera, H. (2012). Las redes sociales, una nueva herramienta de difusión. 125. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- Katz, M., Seid, G., & Abuiso, F. (2019). *La técnica de encuesta: Características y aplicaciones*. Obtenido de <http://metodologiadelainvestigacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/117/2019/03/Cuaderno-N-7-La-t%C3%A9cnica-de-encuesta.pdf>
- Losano, A., María, G., & Cuenca, C. (3 de Noviembre de 2019). YouTube como recurso didáctico en la Universidad. *Revista de Educación Mediática y TIC*, 159-180. Obtenido de https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/20441/edmetic_09_02_09.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Lozano, R., Mira, M., & Gil, M. (2023). Redes sociales y su influencia en los jóvenes y niños: Análisis en Instagram, Twitter y YouTube. *Revista comunicar.*, 13. Obtenido de <https://zaguan.unizar.es/record/120052>
- Nick, B., Carrillo, F., Merchan, J., & Moreno, C. (2019). Influencia del Marketing, el Internet y las Redes Sociales en Adultos Mayores: Una revisión de la literatura. *Espacios*, 40(14), 8. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n14/a19v40n14p08.pdf>
- Pedreschi, R., & Nieto, O. (2021). Las redes sociales como estrategia de marketing en las pequeñas y medianas empresas del distrito de Aguadulce, provincia de Coclé, Panamá. *Visión Antataura*. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/journal/225/2253026008/html/>
- Piras, A. d. (2020). *Youtube y la comunicación del siglo XXI*. Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador. Ciespal. doi:<https://doi.org/10.16921/ciespal.14.4>
- Rodríguez, V., & Cabrera, E. (2018). Importancia de las tecnologías de la información y las comunicaciones, el internet y las redes sociales en el mejoramiento y desarrollo de las empresas. *Revista Contribuciones a la Economía*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/ce/2019/1/tecnologias-informacion-empresas.html>
- San Marín, M., & Marqués, N. (2015). *El uso de las redes sociales como fuente de*. Malaga. Obtenido de <file:///C:/Users/usuario2022/Downloads/Dialnet-ElUsoDeLasRedesSocialesComoFuenteDeInformacionEnSi-6068730.pdf>
- Tur, V., Núñez, P., & Martínez, E. (2019). *YouTube, menores y cultura colaborativa. Revisión bibliográfica de la investigación académica*. Universidad de Alicante. Departamento de

Comunicación y Psicología Social. Universidad Complutense de Madrid.

doi:10.5209/HICS.64498

12. ANEXOS

Anexo 1: Imágenes del programa “Primera Cita”

Figura 1

Conductora del Programa Primera Cita



Nota. Alondra Santiago conductora del programa *Primera Cita* [figura], por TWITTER 2022.

(<https://twitter.com/cubalondra>)

Figura 2

Entrevista a la Psicóloga y Comunicadora Úrsula Strenge



Nota. Capítulo del programa con una *entrevista a la psicóloga y comunicadora Úrsula Strenge* [Video], canal de YouTube INGOBERNABLES EC, 2022,

(<https://youtu.be/ILT1ASVWTPA?si=u2WYaeDR4SYT5zul>)

Figura 3

Entrevista a la Activista Mexicana Olimpia Coral



Nota. Capítulo del programa con una *entrevista a la activista mexicana Olimpia Coral* [Video], canal de YouTube INGOBERNABLES EC, 2023, (<https://youtu.be/jDnsIJfsypQ?si=TIBSHO9nWpFhZeoc>)

Anexos 2: Preguntas utilizadas para la entrevista

Datos del entrevistado

Nombre: Edison Yoel Mora León

Profesión: Licenciado en comunicación

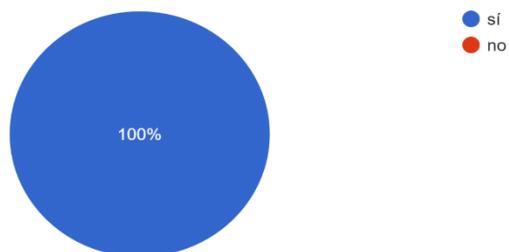
1. ¿Su contenido es de aporte para la sociedad?
2. ¿Es de carácter educativo lo que se transmite?
3. ¿Su contenido puede ser perjudicial para algún público en específico?
4. ¿Debe ser clausurado?
5. ¿Su lenguaje es adecuado?
6. ¿Dentro de los segmentos, existe momentos cómicos, que hacen que usted sienta confort de lo que está observando?

7. ¿Frecuentemente la página es víctima de haters?

Anexo 3: Resultados de la encuesta

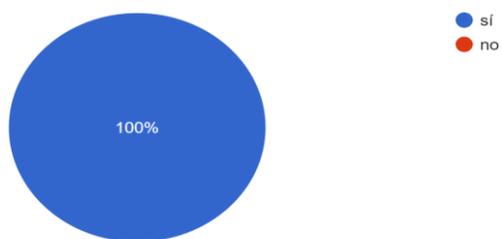
1- ¿Su contenido es de aporte para la ciudadanía?

20 respuestas



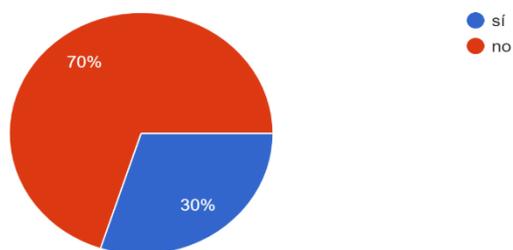
2- ¿Es de carácter educativo lo que se transmite?

20 respuestas



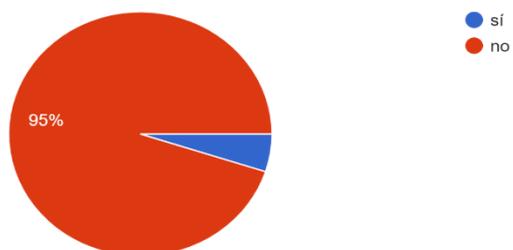
3- ¿Su contenido puede ser perjudicial para algún público en específico?

20 respuestas



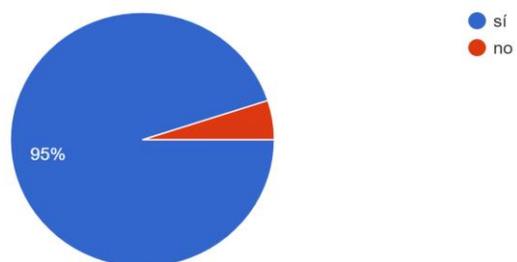
4- ¿Debe ser clausurado?

20 respuestas



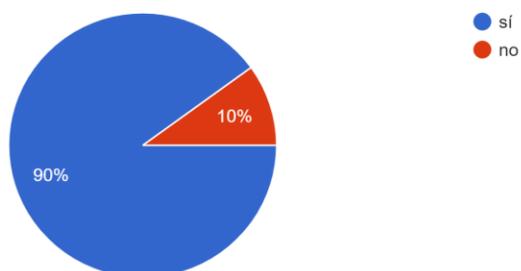
5- ¿Su lenguaje es adecuado?

20 respuestas



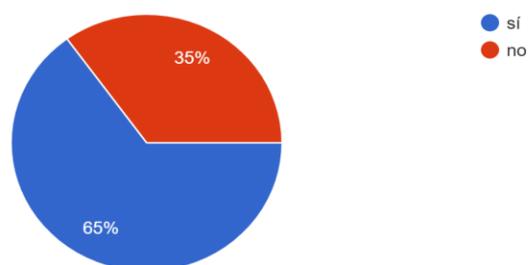
6- ¿Dentro de sus segmentos, existe momentos cómicos, que hacen que usted sienta confort de lo que está observando?

20 respuestas



7- ¿Frecuentemente la página es víctima de haters?

20 respuestas



Anexo 4: Respaldo fotográfico de la entrevista

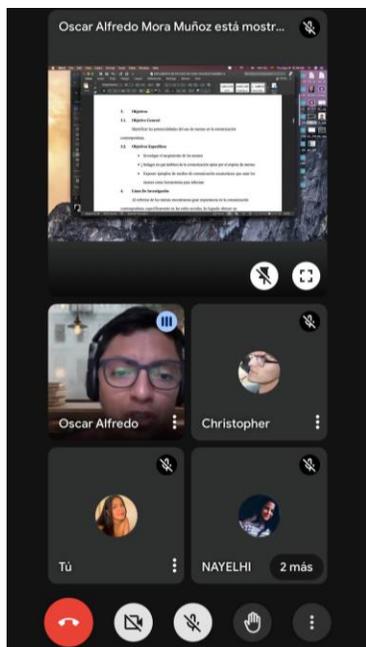


Entrevista con el Lcdo. Edison Yoel Mora León

Anexo 5: Reuniones con el tutor Msc. Oscar Alfredo Mora Muñoz



Reunión con el tutor, lunes 11 de septiembre



Reunión con el tutor, jueves 14 de septiembre