



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:

**ESTUDIO COMPARATIVO DE LOS CONTENIDOS
AUDIOVISUALES DE ENTRETENIMIENTO DENTRO DE LAS
REDES SOCIALES Y SU INCIDENCIA EN LOS ESTUDIANTES DE
LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL PERIODO
SEPTIEMBRE 2019- FEBRERO 2020**

AUTOR:

SR. LUIS ADRIAN MOREJON GARCIA

TUTOR:

MSC. DANIEL GUSTAVO LEMOS BELTRAN

BABAHOYO - ECUADOR

2020

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres, por todo el esfuerzo que hicieron para que yo siguiera con mis estudios, y pudiera estudiar la carrera de comunicación social en la Universidad técnica de Babahoyo. Por todo el apoyo ya sea económico y emocional que me dieron desde que empecé con mis estudios, dándome ánimos todos los días al salir de casa.

AGRADECIMIENTO

El siguiente proyecto se lo dedico en primer lugar a Dios, a mis padres y a mi hermano de 10 años, que han sido pilar fundamental en toda mi etapa en la carrera de comunicación social. Sin ellos nada de esto hubiera sido posible. A mis compañeros, que cada semestre me ayudaron mucho intercambiando información entre nosotros.

RESUMEN

En el presente proyecto se hablara sobre los contenidos audiovisuales en las diferentes redes sociales, y en que puede incidir en los estudiantes de comunicación social, ya sea bueno o malo, o tal vez pueda que no haya mucha incidencia en ellos.

El mayor porcentaje de personas en todo el mundo utilizan las redes sociales, con el principal objetivo de comunicarse con amigos y seres queridos que tal vez estén a muchos kilómetros de distancia.

Los contenidos audiovisuales son vistos por millones de personas en las diferentes redes sociales, para entretenerse, o para cualquier otro fin, como es para informarse, educarse y demás cosas.

Después de realizar la recolección de información, mediante un método de investigación llamado Focus Group, se pudo conocer que los estudiantes de comunicación social de la UTB, utilizan bastante las redes sociales, y visualizan muchos contenidos audiovisuales para el bien de ellos, ya que aparte de entretenerse, pueden llegar a educarse o informarse de cualquier cosa, que pueda servirle para alguna investigación que tengan que hacer en sus clases.

Palabras claves: Redes sociales, contenidos, audiovisuales, estudiantes.

SUMMARY

This project will talk about the audiovisual content in the different social networks, and how it can affect the students of social communication, whether good or bad, or there may not be much impact on them.

The highest percentage of people worldwide use social networks, with the main objective of communicating with friends and loved ones that may be many kilometers away.

Audiovisual content is seen by millions of people in different social networks, to entertain themselves, or for any other purpose, such as for information, education and other things.

After collecting the information, through a research method called Focus Group, it was learned that the students of social communication at the UTB, use social networks quite a lot, and visualize many audiovisual content for their good, since apart if they entertain themselves, they can get to be educated or informed of anything that can be useful for any research they have to do in their classes.

Keywords: Social networks, content, audiovisual, students.

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
DESARROLLO.....	3
JUSTIFICACION.....	3
OBJETIVOS.....	4
SUSTENTOS TEORICOS.....	4
REDES SOCIALES.....	4
TIPOS DE REDES SOCIALES.....	6
CONTENIDOS AUDIOVISUALES.....	7
CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN DISPOSITIVOS MOVILES.....	7
COMPARACION DE LAS DISTINTAS REDES SOCIALES EN CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE ENTRETENIMIENTO.....	8
TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN....	11
RESULTADOS OBTENIDOS.....	12
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	14
BIBLIOGRAFIA.....	15
ANEXOS.....	16

INTRODUCCION

El estudio se basa en analizar los diferentes contenidos audiovisuales que existen en las distintas redes sociales que hoy en día son las más utilizadas, como por ejemplo son, Facebook, Instagram y YouTube. Además de eso se investigara la incidencia que esto tiene con los estudiantes de la carrera de comunicación social del periodo septiembre 2019 – febrero 2020.

El internet en la actualidad es lo más utilizado por mucha gente, ya que va de lo social, a lo pedagógico, es decir, pretenda educar en muchos aspectos. Estas tecnologías, cada vez son más conocidas, como lo son las redes sociales, que son las más utilizadas actualmente por millones de personas en todos lados.

Las redes sociales en la actualidad, se han convertido en algo más que un medio para comunicarnos con nuestros amigos y seres queridos. A parte de permitir que nos comuniquemos, podemos también entretenernos con los contenidos que hay dentro de ellos, como por ejemplo, los audiovisuales de entretenimiento.

Los contenidos audiovisuales de entretenimiento, son cada vez más consumidos en redes sociales, por las distintas personas que la utilizan, y sea Facebook, Instagram y YouTube. Estos contenidos, tienen un principal objetivo, que es la de entretener a la gente, así como también informar.

La red social que se enfoca más en estos contenidos, es claramente YouTube. Esta red tiene múltiples y diversos géneros, en las cuales, las personas pueden entretenerse de la mejor manera. Existen muchos Youtubers que se dedican a hacer videos de calidad para entretener a la gente. En Ecuador podemos encontrar a algunos youtubers o influencers como lo son Felipe Crespo, Kreizyvoy, Logan entre otros. Estos llevan mucho tiempo haciendo contenidos de entretenimiento para los usuarios.

Los videos e imágenes, nos permiten a nosotros los usuarios, tener mejor concepto de lo que vemos, y también poder interactuar muchos más con las demás personas, que comparten, o comentan. Estos contenidos deben ser de buena calidad, para una mejor experiencia del usuario

La línea de investigación de la carrera es la de periodismo investigativo sustentable aplicado a nuevas tecnologías, así como también la sub-línea de investigación es la de comunicación digital.

DESARROLLO

JUSTIFICACION

Las conocidas redes sociales, tuvieron su surgimiento en los años 90, siendo AOL Instant Messenger. Esta red tuvo mucho impacto en los jóvenes de esa época, ya que era algo nuevo para ellos.

En la actualidad, las redes sociales se han transformado en algo más que un medio para comunicarnos, ha evolucionado tanto que ahora también afecta a la forma de realizar negocios. Es un muy buen instrumento que se pueden también incluir contenidos para nuestros negocios, que ha sido de mucha ayuda para bastantes emprendimientos, y demás negocios.

En los últimos tiempos, se ha visto bastante crecimiento al usarse los contenidos audiovisuales en las redes sociales. La continua evolución de las nuevas tecnologías de comunicación en información, ahora pueden realizar diferentes actividades como lo son la de editar, crear y publicar, para que así los diferentes usuarios lo consuman, de una manera sencilla y muy rápida.

Con la realización de esta investigación, se pretende dar a conocer cuales son las principales características de los contenidos audiovisuales en las diferentes redes sociales, que son Facebook, Instagram y YouTube. También se les realizara entrevistas a estudiantes de la carrera de comunicación social, para analizar en que inciden estos contenidos en ellos.

OBJETIVOS

GENERAL: Analizar los diferentes contenidos audiovisuales de entretenimiento en las distintas redes sociales.

ESPECIFICOS:

- Cuanto incide los contenidos audiovisuales en los estudiantes de comunicación social de la UTB.
- Explicar los contenidos audiovisuales más populares que hay en las distintas redes sociales.
- Recoger información de estudiantes acerca del tema de la investigación.

SUSTENTOS TEORICOS

REDES SOCIALES

Actualmente es muy fácil contactarte con tus amigos y familiares por internet, por redes sociales como Facebook, pero no tanto en los años 80, ya que no existían aquellas redes sociales que actualmente utilizamos la mayoría. En el año 1995, surgió una de las primeras redes sociales del mundo llamada ClassMates, que aún sigue en vigencia.

“Una red social es un conjunto organizado de personas formado por dos tipos de elementos: seres humanos y conexiones entre ellos”. (Christakis, 2007)

Las redes sociales son una herramienta muy útil en la actualidad para toda persona, ya sea joven o adulta, no importa la edad. Su principal objetivo es la de que los usuarios se puedan comunicar con otras personas, así este lejos.

“Define red social como conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí. Las relaciones de los usuarios pueden ser de muy diversa índole, y van desde los negocios hasta la amistad”. (Gallego, 2010)

“Las redes sociales son una estructura social que se puede representar en forma de uno o varios grafos, en los cuales, los nodos representan a individuos (a veces denominados actores) y las aristas, relaciones entre ellos”. (Dans, 2010, pág. 287)

El internet, y su dominio para nuestras vidas es muy grande, en especial con la aparición del llamado marketing digital, y su transformación digital, están muy presentes. Hay aproximadamente 3.000 millones de personas mundialmente, que está conectado a la red y al mundo virtual.

Se conocen como redes sociales, a ese conjunto que permitieron a muchos usuarios, encontrarse de una manera virtual en la red, en vez de encontrarse personalmente. Así, las redes sociales se convierten en distintas comunidades que tienen cosas en común.

“También en una red social pueden existir vínculos potenciales. Es decir, no todos los vínculos que una persona puede tener tienen que estar activados en todos los momentos. Estos pueden permanecer durante un tiempo indeterminado en estado latente”. (Santos, s.f.)

Hoy en día, las redes sociales, dan mucho protagonismo a los usuarios y a las distintas comunidades que lo conforman. Estos sitios web, posibilita la comunicación entre personas, el cambio de información, como pueden ser videos, fotos o audios, y permiten conocer amigos nuevos, ampliando más su vínculo social. En conclusión, las redes sociales permiten a las personas comunicarse dentro de una red virtual, conectar personas, ya sea para tener nuevas amistades, o mantener las que ya existen.

“Una malla de vínculos que se extienden, ramificándose a través de toda una comunidad u organización. Esta idea está bien para referirse a redes sociales totales, pero resulta de más utilidad localizar la red social en torno a determinados actores sociales”.
(Bott, s.f.)

TIPOS DE REDES SOCIALES

Existen diferentes maneras de clasificar a las redes sociales, y a continuación se dará a conocer cuáles son:

- Según su público objetivo: son verticales y horizontales.
 - Verticales: se refieren a aquellas redes, cuyos usuarios se dirigen más a redes de empleo, redes de videojuegos.
 - Horizontales: este tipo de red social se dirige a todo público, sin algún foco temático, o alguna comunidad.
- Según el sujeto principal de la relación: pueden ser de contenido, humanas o de inertes.
 - De contenido: los usuarios interactúan entre sí, centrándose en la información compartida entre ellos. Puede ser las redes de intercambio de documentos.
 - Humanas: se refiere a las relaciones entre usuarios. Según su perfil social y de aficiones.
 - De inertes: esta es la más peculiar, ya que permite poner en la red marcas, lugares y objetos.
- Según su plataforma: pueden ser web o meta versos.
 - Web: este tipo de redes sociales, exigen al usuario una mejor conexión.

- Meta versos: estas son las redes sociales más tradicionales, que se encuentran en la red.

CONTENIDOS AUDIOVISUALES

Un estudio, hecho por Forrester Research, el 80% de los usuarios de internet. Confirman que los contenidos audiovisuales, guían al momento de comprar algún artículo vía online, en la web.

“Se define el contenido audiovisual como cualquier producción que contenga una sucesión de imágenes y/o audio susceptible de ser emitida y transmitida. Incluye todos los contenidos cinematográficos, televisivos, radiofónicos o multimedia y es independiente de la naturaleza de su contenido”. (Aguilar, 2009).

CONTENIDOS AUDIOVISUALES MAS POPULARES EN LAS DIFERENTES REDES SOCIALES

FACEBOOK

- De publicidad, de Marketing, video blogs, noticias, comedia, deportes (futbol, básquet, etc), video memes, videos en vivo.

INSTAGRAM

- Publicidad, Marketing, comedia, deportes, historias de cada usuario.

TWITTER

- De publicidad, de Marketing, noticias, deportes, video memes.

YOUTUBE

- Musicales, reseñas de productos, tutoriales, blogs, videojuegos, parodias y comedias, videos informativos, unboxings.

La red social o plataforma más utilizada es YouTube, siendo así el sitio donde más variedad de contenido audiovisuales, donde encontraremos muchos tipos de videos, de diferente género. En las demás redes sociales, tienen contenidos audiovisuales muy parecidos, pero que son muy populares entre los usuarios que las utilizan.

LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN DISPOSITIVOS MOVILES

Los contenidos audiovisuales son reproducidos en Smartphone, tabletas y demás. El 50% de las reproducciones de videos, son en esto dispositivos, otros ejemplos:

- El 65% de las vistas de videos en la red social de Facebook, proviene desde nuestro dispositivo móvil.
- En la plataforma de YouTube la media de minutos de videos vistos desde un dispositivo móvil, fue de 40 minutos.
- Solo el 36% de usuarios, visualizan contenidos de bastante duración en un dispositivo móvil.
- El 50% de las vistas desde la plataforma de Youtube, vienen desde un dispositivo móvil.
- El 90% de las vistas desde la red social Twitter, provienen desde un dispositivo móvil.

COMPARACION DE LAS DISTINTAS REDES SOCIALES EN CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE ENTRETENIMIENTO

YOUTUBE

YouTube, la plataforma líder en excelencia en contenidos audiovisuales. En esta plataforma, hay gran variedad de contenidos, como por ejemplo, videos musicales, que es lo que más hay, y más visitas reciben, películas, así como también programas de televisión. Hay también video blogs, y también lo llamado YouTube Gaming. Hay muchas personas que crean contenido para esta plataforma, se les llama, Youtubers.

“YouTube inicia en el 2005 con un creciente número de videos, que al 2007 alcanzó más de 42.5 millones de videos”. (Cheng, 2007)

YouTube, en definitiva, es una plataforma que en general, la utilizan gente que quiera enseñar o ver algún video en la red. Esto conlleva, a realizar trabajos de aprendizaje y enseñanza. Un ejemplo al buscar una palabra clave seria, educación.

“Educación nos ofrece más de 3,450,000 resultados; mientras Education arroja más 11,000,000 videos. Sin embargo, la mayor proporción de reproducciones está en las categorías música (31%), seguidas por entretenimiento (15%) y sociales (11%). La categoría educación apenas alcanza el 4.1%”. (Sysomos, 2010, pág. 4)

CARACTERISTICAS DE YOUTUBE

- Es la plataforma de video más utilizada globalmente.
- Se visualizan al mes más de 6 mil millones de horas de videos.
- Una audiencia de 18 a 34 años.
- Los videos de 3 a 4 minutos son los más populares.

- Esta plataforma pertenece a Google.

FACEBOOK

Facebook, es una red social que sirve para mantener conectadas a las distintas personas que la utilizan. Se utiliza principalmente para compartir información, contenidos audiovisuales y noticias. Es la red social más popular y más grande que existe actualmente a nivel global, cuenta con miles de millones de usuarios.

“Entre las redes sociales disponibles, Facebook es la más popular. A partir de datos del Global Web Index 2016 y Digital in 2017, Facebook es la red social con la mayor cantidad de usuarios activos a nivel global”. (Kemp, 2017)

CARACTERISTICAS DE FACEBOOK

- Se ha catalogado, como la red que social más importante en contenidos audiovisuales.
- Cuenta con más de 8 mil millones de visualizaciones al día.
- Los videos entre 21 y 44 segundos son los más populares entre usuarios.
- Entre 24 y 35 años, es la edad más común

INSTAGRAM

Instagram, es una red social y una app móvil, que permiten a los usuarios publicar fotos y videos, con diferentes efectos fotográficos, como por ejemplo, colores, filtros, marcos y demás. Posteriormente, estas fotos o videos, son compartidas en la misma red social, o en otra diferente.

“Una herramienta con poderes psicológicos, existen en el ámbito de la psicología algunos autores que intentan explicar la creciente influencia de este medio en la sociedad actual”. (Avedaño, 2013)

CARACTERISTICAS DE INSTAGRAM

- Desde junio de 2013 está vigente.
- Sus contenidos audiovisuales son de máximo 60 segundos (antes de 15) en pre visualización.
- 400 millones de personas conectadas a esta gran red social.

TWITTER

Twitter, es una red social, que cuenta con un servicio bidireccional, con el que los usuarios pueden compartir información de diferente tipo, como lo son, de deporte, política y demás, de manera sencilla, rápida, y lo más importante, gratuita

CARACTERISTICAS DE TWITTER

- El 90% de las reproducciones de contenido audiovisual, son en dispositivos móviles.
- Los videos son de 0.4 segundos a 140 segundos.
- Cuenta con más de 300 mil millones de usuarios.

METODO DE INVESTIGACION

Técnicas aplicadas para la recolección de información

Se utilizarán métodos para la recolección de datos e información, para saber en que inciden las diferentes redes sociales, y sus contenidos audiovisuales en estudiantes de la Universidad Técnica de Babahoyo, de la carrera de comunicación social.

Método de investigación cualitativa

En esta ocasión, la investigación se la hará de forma cualitativa, que se dedica a recoger información verbal. El principal objetivo de esta investigación es dar una descripción total y especificado del nuestro tema de investigación.

Focus Group

Es una técnica cualitativa, en el cual trataremos de recopilar una amplia información para nuestra investigación, por parte de algunos estudiantes. La información se la logra reuniendo a un grupo de entre 5 y 12 personas, con la finalidad de recolectar la información necesaria para nuestra investigación.

RESULTADOS OBTENIDOS

Teniendo en cuenta toda la información que pudimos recolectar en el focus group que realizamos con algunos estudiantes de la carrera, pudimos obtener la siguiente información en base a nuestra investigación.

Cuando se les pregunto si los estudiantes de comunicación social de la Universidad técnica de Babahoyo, utilizan redes sociales, ellos contestaron que si, en el cual, la que más utilizan es la de Facebook. Detrás de aquella red social, vienen Instagram y Twitter.

Cuando se les pregunto si los estudiantes de comunicación visualizan contenidos audiovisuales en todas las redes sociales que manejan, contestaron que sí, ya que lo hacen con el objetivo principal de entretenerse. Sus favoritos son de videos chistosos, o musicales.

Cuando se les pregunto a los estudiantes el tiempo que se toman para ver estos contenidos audiovisuales, ellos supieron decir que se pasan largo tiempo viendo videos para entretenerse, con un promedio de 3 a 6 horas al día.

Cuando se les pregunto a los estudiantes, que si visualizaban la plataforma de Youtube, ellos contestaron que sí, ya que es una buena plataforma para entretenerse con todo tipo de videos, siendo la mejor página para visualizar videos de buen contenido.

Cuando se les pregunto a los estudiantes, cuales son los tipos de videos que más visualizan, en la plataforma de YouTube, contestaron que son musicales, también chistosos, así como de varios Youtubers, como por ejemplo Luisito comunica, Auron Play, Dj Mariio, entre otros. También les gusta ver videos en el cual, hace tutoriales de cualquier tipo de cosa.

Cuando se les pregunto a los estudiantes de como inciden los contenidos audiovisuales en ellos, supieron responder que es bueno para que el estudiante, ya que lo pueden usar como método de estudio dependiendo el tipo de video que vean. Es decir, en

YouTube hay todo el contenido que queramos dependiendo el gusto de la persona que lo visualiza.

Los contenidos audiovisuales, pueden ser muy útiles para los estudiantes de la carrera de comunicación, de la Universidad Técnica de Babahoyo, ya que lo utilizan de buena manera, para algún tipo de consulta, para alguna consulta o tarea que tengan que hacer.

CONCLUSIONES

Con la presente investigación realizada acerca de los contenidos audiovisuales en redes sociales, los estudiantes de la carrera de comunicación social, utilizan mucho las redes sociales para visualizar los contenidos audiovisuales para cualquier tipo de video.

Se llegó a la conclusión, que el principal objetivo de los estudiantes de comunicación, al ver los contenidos audiovisuales, es la de entretenerse, y la de informarse mediante cualquier tipo de video, recoger la información necesaria, ya que les puede servir de mucho para sus estudios, por si necesitan hacer alguna investigación.

La red social o plataforma principal para visualizar videos de buen contenido en entretenimiento es la de YouTube, ya que es la más utilizada a nivel mundial. Es una plataforma que al mes cuenta con más de 6 mil millones de visualizaciones.

La incidencia de estos contenidos en los estudiantes de comunicación de la Universidad Técnica de Babahoyo en general, es bueno, por lo que pueden informarse de cualquier manera, y con cualquier tipo de video.

RECOMENDACIONES

Una vez concluida esta investigación, se recomienda a los estudiantes de la carrera de comunicación social de La Universidad Técnica de Babahoyo lo siguiente:

- Que sigan consumiendo contenidos audiovisuales en las redes sociales, ya que puede ser un gran recurso en sus estudios.
- Se recomienda a los estudiantes que visualicen todo tipo de contenidos audiovisuales en las redes sociales.
- Verificar si la información que dan en el video es falsa o verídica, para poder darle un buen uso más adelante.
- Saber utilizar bien la información que nos dan en los contenidos.

Bibliografía

- Aguilar, C. (2009). Obtenido de <http://glossarium.bitrum.unileon.es/Home/contenido-audiovisual>
- Avedaño. (2013). *IDUS*. Obtenido de https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/41561/TFG_cristinaSEPT4b.compressed.pdf?sequence=1
- Bott, B. y. (s.f.). *Reis*. Obtenido de http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_048_08.pdf
- Cheng, D. &. (2007). Obtenido de <https://enlineasiempre.blogspot.com/p/marco-teorico.html>
- Christakis. (2007). *Caminos y horizontes*. Obtenido de <https://raynomar29.wixsite.com/redessocialesdesalud/single-post/2015/11/07/Concepto-De-Redes-Sociales-Autores>
- Dans. (2010). *Caminos y horizontes*. Obtenido de <https://raynomar29.wixsite.com/redessocialesdesalud/single-post/2015/11/07/Concepto-De-Redes-Sociales-Autores>
- Gallego. (2010). Obtenido de <https://raynomar29.wixsite.com/redessocialesdesalud/single-post/2015/11/07/Concepto-De-Redes-Sociales-Autores>
- Kemp. (2017). *Tesis en red*. Obtenido de <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/462203/TESI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Santos, F. R. (s.f.). *Reis*. Obtenido de http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_048_08.pdf
- Sysomos. (2010). *Ram Ximhai*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/461/46148194036.pdf>

ANEXOS

Preguntas realizadas en el Focus Group:

1. ¿Utiliza rede sociales?
2. ¿Cuál es las que más utiliza?
3. ¿En esas redes sociales visualiza contenidos audiovisuales?
4. ¿De qué tipo son sus favoritos?
5. ¿Qué tiempo le dedica a ver estos videos?
6. ¿Qué tanto visualiza la plataforma de You tube?
7. ¿Qué tipo de videos son sus favoritos en la plataforma de You tube?
8. ¿En qué creen que inciden esos contenidos audiovisuales en los estudiantes?

FOTOS CON EL TUTOR DOCENTE



FOTOS CON EL GRUPO ENTREVISTADO EN EL FOCUS GROUP

