



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



**DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSION ESCRITA) DEL EXAMEN  
COMPLEXIVO DE GRADO**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PROBLEMA:**  
**PREFERENCIAS DE CANALES DE YOUTUBE EN LOS ESTUDIANTES DE LA  
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO 2019**

**AUTOR:**  
**ALEX SANTIAGO VEGA REINOSO**

**TUTOR:**  
**MSC. MORA MUÑOZ OSCAR ALFREDO**

**BABAHOYO**

**2020**



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



**DEDICATORIA**

Dedico este trabajo primordialmente a Dios por permitirme estar con salud y llegar a este momento tan especial de mi vida. A mi madre Mirtha Maria Reinoso Codovez. Ya que gracias al apoyo incondicional de ella nada esto sería posible.

Alex Santiago Vega Reinoso



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



**AGRADECIMIENTO**

A Dios, por guiarme cada día en el transcurso de mi vida. A mi madre, por ser mi ejemplo para seguir adelante en el convivir diario, por inculcarme valores que de una u otra forma me sirven en mi vida. A mis familiares, amigos del presente y pasado, a todas aquellas personas que durante todo este tiempo estuvieron a mi lado apoyándome logrando que este sueño se haga posible agradezco a los docentes de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación por guiar este trabajo y formar parte de otro objetivo alcanzado

Alex Santiago Vega Reinoso



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



## FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL MODALIDAD PRESENCIAL

### RESUMEN

En la actualidad la industria de la comunicación está avanzando a pasos agigantados, el uso de la tecnología y la facilidad para postear videos, ha permitido la Aparicio de una nueva era en la comunicación donde cualquier persona puede ser un comunicador, pero esto se debe principalmente a la plataforma Youtube, la misma que permite el posteo de videos de forma gratuita, con poco nivel de censura, es así que enmarcado a este tipo de comunicación ha aparecido los denominados youtubers, quienes son encargados de postear videos de contenido diverso, principalmente de entretenimiento jocoso.

En el país el incremento de los youtubers va en ascenso, primero comenzó con la aparición de enchufe tv. un medio que presentaba comedia y sketch con la finalidad de entretener, poco a poco han aparecido nuevos personajes entre los más destacados y aceptados por la comunidad están Anthony Swag y Felipe Crespo, quienes también se dedican a la comedia y a realizar desafíos, pero que realmente se está promoviendo con estos espacios o canales digitales, porque tanta aceptación del público, son las premisas de la presente investigación, además de plantear un mejor concepto para realizar un verdadero contenido audiovisual basado en comunicar algo con respeto y hacer videos con un mejor contenido.

**Palabras claves:** periodismo, youtubers, Youtube, entretenimiento, canal digital.



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



## **ABSTRACT**

Currently, the communication industry is advancing by leaps and bounds, the use of technology and the ease of posting videos, has allowed the emergence of a new era in communication where anyone can be a communicator, but this is mainly due to the YouTube platform, which allows the posting of videos for free, with a low level of censorship, it is so framed to this type of communication has appeared the so-called youtubers, who are responsible for posting videos of diverse content, mainly of jocular entertainment.

In the country the increase in youtubers is on the rise, first began with the appearance of TV plug. a medium that presented comedy and sketch with the purpose of entertaining, little by little new characters have appeared among the most prominent and accepted by the community are Anthony Swag and Felipe Crespo, who also devote themselves to comedy and make challenges, but really It is being promoted with these spaces or digital channels, because so much public acceptance is the premise of this research, in addition to proposing a better concept to make a true audiovisual content based on communicating something with respect and making videos with better content.

Keywords: journalism, youtubers, YouTube, entertainment, digital channel.

## ÍNDICE

DEDICATORIA.....	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO .....	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL .....	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA) .....	¡Error! Marcador no definido.
DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO PREVIA A LA SUSTENCIÓN.....	¡Error! <b>Marcador no definido.</b>
RESUMEN .....	IV
ABSTRACT .....	V
INTRODUCCIÓN.....	1
DESARROLLO.....	3
Justificación .....	3
Objetivo .....	4
Sustentación teórica.....	4
Técnicas aplicadas .....	14
Resultados obtenidos .....	15
CONCLUSIONES.....	18
RECOMENDACIONES .....	20
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

## INTRODUCCIÓN

En una sociedad mediática donde la comunicación se ha vuelto cada vez más imprescindible y al alcance de un click, donde se puede conocer el movimiento del mundo entero, el escenario proyectado mediante un soporte tecnológico, representa grandes ventajas y desventajas, es así que en la actualidad la sociedad se encuentra apoyada por nuevos recursos, que generan experiencias interdisciplinarias, propiciadas únicamente mediante la red. El cambio cultural que se está exponiendo dejando a tras un método tradicionalista donde el único emisor eran los libros y las consultas bibliotecarias, para ahora pasar a una época donde los internautas se han convertido en expositores sociales, generando una programación variada, mediante un periodismo abierto, en el cual resalta principalmente el contenido amarillista y sensacionalista, creando espacios en la red llamados canales virtuales.

La popularización de las nuevas tecnologías, las cuales proyectan una imagen digital que, en conjunto con el desarrollo de sitios web y programas informáticos, permiten a los usuarios compartir videos, imágenes en tiempo real, generando un escenario para la introducción de nuevas prácticas de distribución, producción y consumo de espacios o productos culturales, así como también la aceptación o acercamiento entre diferentes identidades, gustos e intereses, por tal motivo redes sociales como instagram, Facebook, twitter, entre otras acercan a las personas y permiten crear espacios para la generar diversos contenidos de entretenimiento, lo mismo pasa con la red masiva o nube Youtube, donde cualquier persona puede colgar contenidos diversos con cierto grado de restricción o censura, lo que abre un abanico de posibilidades por su gratuidad, llegando a la audiencia expectante por nuevos y diversos contenidos.

Ahora lo importante es preguntar, cual es realmente la aportación cultural que brindan los canales de Youtube, además si todas las fuentes son confiables, si el contenido proyectado es estudiado para crear una conciencia social y si un comunicador debe estudiar o simplemente se puede ser un youtuber, todas estas premisas o interrogantes serán estudiadas en la realización del siguiente caso de estudio, además de conocer las preferencias de los estudiantes de la Universidad Técnica de Babahoyo, en referencia a los canales de Youtube locales e internacionales.



## DESARROLLO

### Justificación

La hegemonía de la televisión ha visto tambalearse desde la aparición del internet, aunque todo comenzó con el traslado de los canales de comunicación al internet, pero con la aparición de la denominada Web 2.0, esta premisa cayó, porque en la actualidad los usuarios quienes eran simples espectadores, se han convertido en emisores, desarticulando un monopolio informativo que era únicamente de los medios tradicionales de comunicación, es de esta forma que los denominados youtuber comparten contenidos que entretienen al público en general.

Desde el surgimiento de plataformas como Youtube, que no tiene costo alguno y con una relativa sencillez permite a los internautas intercambiar información en tiempo real, además de replicar videos o imágenes generando una bidireccionalidad, pero que contenidos son los que llaman mayormente la atención de los jóvenes, el abanico de contenidos es cada vez más amplio desde el campo deportivo, informativo, educativo, sensacionalista y en la actualidad el espacio recreacional de los denominados gamers, pero que influencia tienen los youtuber es una premisa a ser investigada y si la información proyectada en los canales de Youtube es siempre confiable o simplemente se busca recrear al público mediante el sensacionalismo o amarillismo periodístico, ante esta última premisa cuales son las opciones que emplea Youtube para restringir o eliminar esta información.

Es verdad que el internet es parte de las Tics, como una herramienta de investigación, pero Youtube también lo es, es necesario conocer que esta plataforma se caracteriza, por tener una

amplia línea de variedad de contenidos, pero en su mayoría no educativo, sino más bien de entretenimiento, es por esta razón que se busca indagar cuales son los canales de mayor visualización o aceptación de parte de los estudiantes de la Universidad Técnica de Babahoyo, además de establecer el compromiso informativo social de los mismos y la existencia o no de canales digitales locales.

En busca de la información para brindar un mejor análisis de los hechos se procederá a encuestas a los estudiantes de la carrera de comunicación social, con la finalidad de recibir información, sobre las páginas de YouTube que tienen mayor cantidad de usuarios dentro de la facultad, así como también se podrá determinar el tipo de intereses personales los cuales rigen el contenido presentado. La línea de la investigación de la carrera se enmarca en la Comunicación y buen vivir, debido al análisis donde se pretende reconocer las características de los canales de YouTube y su incidencia en el comportamiento social.

### **Objetivo**

Analizar las preferencias de canales de Youtube que tienen los estudiantes de la Universidad Técnica de Babahoyo y como incide en su comportamiento social.

### **Sustentación teórica**

#### **Cobertura de noticias avanzada**

El método para transmitirnos y educarnos ha cambiado. Con la aparición de la web como una etapa que ofrece una buena variedad de administraciones, datos de momento y correspondencia continua; Un implica que se cierran con límites topográficos y nos permite

discutir continuamente. Internet es un medio que, debido a sus atributos de desarrollo, incita consultas sobre el destino final de la llamada periodística y las progresiones en los medios habituales (Falla, 2016).

Una de las partes más energizantes de la transmisión de noticias hoy en día es la manera en que se está desarrollando la innovación con el objetivo de que una historia contacte a la multitud de manera más directa, efectiva y rápida, prestando poca atención a dónde se encuentran en el planeta.

Este tiempo innovador, como lo indica Falla (2016), no solo ha preferido una mejora en la naturaleza de las administraciones, sino también un enorme incremento en su variedad variada. Los procedimientos ejecutados por esta nueva etapa avanzada comprenden muchas innovaciones cuyas aplicaciones abren una amplia gama de resultados potenciales a la correspondencia humana.

### **Etapas en línea y diversos medios locales**

Estas configuraciones regionales son aquellas que ofrecen la administración de distribuir, revisar y compartir grabaciones en la web, al igual que guardar diferentes contenidos multimedia y mantenerlos dentro de la brújula de los clientes. Entre las etapas más conocidas del sistema y las que ofrecen una asistencia decente se encuentran las siguientes:

<b>SITIO</b>	<b>WEB</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
<b>AUDIOVISUAL</b>		
Vimeo		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creada en el 2014 por el grupo Inter Active Corp</li> <li>• Se parece a una red social, pero en base a videos</li> <li>• La calidad de videos es superior a otras redes</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No tiene contenido explícito ni anuncios de publicidad</li> <li>• Su contenido es inédito y de creación propia del usuario.</li> </ul>
Dailymotion	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creada en París en el 2005</li> <li>• El sonido es estéreo para los videos</li> <li>• No necesita del programa Adobe Flash Player 3 para reproducir los videos</li> <li>• Difusión de cortometrajes</li> <li>• Permite reproducir videos sin necesidad del programa Adobe Flash Player3.</li> <li>• Se especializa en la difusión de cortometrajes semi-profesionales.</li> </ul>
Google Video	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fue creado en el 2005 por Google Inc.</li> <li>• Actualmente es un buscador multimedia</li> <li>• Posee el mejor y mayor capacidad de almacenaje</li> <li>• Se puede descargar videos en varios formatos</li> <li>• Los videos no siempre son de buena calidad de resolución</li> <li>• Hasta el 2011 se dio la última actualización.</li> </ul>
YouTube	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ex empleados de PayPal lo crearon en el 2005</li> <li>• En el 2006 lo compró Google Inc.</li> <li>• El reproductor utilizado es el Adobe Flash Player</li> <li>• Contiene demasiados anuncios publicitarios</li> <li>• Permite la compra de videos o monetización</li> <li>• Variedad de formatos y calidad de los videos</li> <li>• No se basa en un solo tipo de contenido</li> </ul>

Fuente: Medios de comunicación digital

Elaborado por: Alex Santiago Vega Reinoso

## **YouTube, definición y aspectos destacados**

Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim (trabajadores de PayPal<sup>11</sup>) en San Bruno, California, crearon YouTube en 2005 con el lema Broadcast Yourself (comunícate). A mediados de 2006 en YouTube, se reprodujeron más de 100 millones de grabaciones día a día y 65,000 grabaciones se transfirieron día a día para convertirse, en las expresiones de Castells, en "los mejores métodos para la correspondencia masiva del 21 siglo" (Castells, El poder de la identidad, 2014).

En el escenario, YouTube se caracteriza por ser un espacio en el que "miles de millones de clientes descubren, ven y ofrecen grabaciones únicas en una reunión donde los clientes pueden interactuar, adquirir datos y mover personas de todas partes del mundo". Esta representación no bloquea las definiciones dadas por los creadores que han llevado a contemplar en YouTube. En Comunicación y poder, Castells retrata a YouTube como "un sitio donde clientes privados, asociaciones, organizaciones y gobiernos pueden transferir sus propias grabaciones" (Castells, Comunicaición y poder, 2017).

La capacidad de esta etapa impulsa a Google Inc, propietarios del mayor rastreador web de Internet, a obtener YouTube el 9 de octubre de 2006 por 1,650 millones de dólares debido a la decepción de los mismos videos de Google que se levantaron para competir con YouTube sin resultados positivos. En junio de 2007, YouTube España fue impulsado junto con las entregas en diferentes naciones. Hoy, 300 horas de video por cada momento se transfieren a YouTube en 75 países y en 61 dialectos. Como lo indica el registro de Alexa (2011), YouTube es el tercer

sitio más visitado del mundo, detrás del buscador de Internet de Google y la comunidad informal Facebook.

Los estándares de trabajo de YouTube continúan como antes desde su creación. El cliente puede transferir contenido por nada y ofrecerlo a través de otros destinos Web 2.0 de una manera excepcionalmente instintiva guiada y exhortada por YouTube. La reproducción de las grabaciones se realiza a través de la posición Flash Video que permite ver la sustancia que brota, sin la necesidad de descargar el documento (Prieto R, 2015).

Cualquier cliente del sistema con una cuenta de Gmail tiene un canal de YouTube predeterminado debido a la adquisición comercial mencionada anteriormente. Esto permite transferir contenido, así como la capacidad de comentar o calificar diferentes grabaciones.

En cualquier caso, no todas las personas transfieren contenido de forma persistente. Jakob Nielsen calculó la 'regla 90-9-1', según la cual el 90% de los clientes de Web 2.0 son usuarios inactivos que observan, sin embargo, no contribuyen, el 9% contribuye esporádicamente, aunque las diferentes necesidades involucran su tiempo, y un sobresaliente 1% de los clientes se interesan efectivamente en producir contenido a través de aplicaciones 2.0 (Nielsen, 2016)

En este momento, el trabajo realizado por Berrocal et al. (2014) afirma este patrón debido a las grabaciones de sustancias políticas en España, donde la mayoría de los clientes ven y ofrecen grabaciones en la web, sin embargo, solo una minoría ofrece sus propias grabaciones en el escenario de YouTube. Otro examen muestra que el perfil más dinámico y estable en YouTube en España es entre 18-24 de 2010, el 72.1% de ellos hombres

YouTube también propone grabaciones que se ajustan según el tema a las perspectivas pasadas que ha realizado el comprador. En este momento, los clientes pueden organizar su propia televisión en Internet dependiendo de la membresía en los canales o mediante las listas de reproducción de grabaciones diseñadas para su posterior revisión (Lavado, 2015)

Últimamente, en febrero de 2015, YouTube ha consolidado una parte que, en consecuencia, recrea el video que tiene las mejores similitudes con el que acaba de ver. Esto estructura una cadena de multiplicaciones continuas como la que se puede encontrar en la programación de un televisor. Debido a cada uno de estos atributos, YouTube termina resultando no ser solo un sitio que almacena y difunde grabaciones, sino que además funciona como una organización informal que crea redes según lo indicado por inclinaciones, dialectos o temas.

### **Tipo de contenido**

Como YouTube es un sitio enmarcado por grabaciones de sus clientes, tiene una gran variedad de contenido que, como lo indica la nueva interfaz, se ha reunido en temas:

- **Popular:** en este momento, se reúnen con un número significativo de perspectivas, que van desde 500,000 a 800 millones. La sustancia fluctúa, entre las más publicadas se encuentran las sátiras y las grabaciones de desvío, incluso grabaciones personalizadas que no se hicieron explícitamente para cumplir con el objetivo de ser las más observadas y que se sabe que se comparten enormemente a través de organizaciones informales.

- Música: puede tener grabaciones o melodías dadas por los propios especialistas o por sus seguidores, siempre que esta sustancia cumpla con las condiciones de copyright. A pesar de que YouTube controla la propagación de este tipo de sustancia para evitar el robo, hay algunas páginas web que le permiten descargar grabaciones de YouTube con arreglo FLV y convertirlas en organizaciones normales (MPEG, MP3, MP4, MOV, WMA, etc.).
- Noticias: dentro de esta clase hay ocasiones importantes en todo el mundo; Datos sobre cuestiones legislativas, aspectos financieros, deportes y diversión universal. Un número significativo de los arreglos de noticias más importantes del planeta tienen su propio canal de YouTube, donde hay partes de noticias e informes. Los canales de noticias más llamativos por número de membresías, como lo indica YouTube, son: ABC News, CNN, RT, The New York Times y Associated Press.
- Juegos: especialmente la sustancia de los videojuegos abruma: avances, ejercicios de instrucción o viajes a través de todo el juego de computadora. Asimismo, hay numerosos clientes que registran sus comentarios y suposiciones sobre un juego específico y lo ofrecen con sus patrocinadores. (Manovich, 2017)

Bajo estos temas principales hay clasificaciones en las que sobresalen los canales con más endosantes. Estas clasificaciones son:

- Entretenimiento: estaciones que tienen partes de programas de TV, películas, grabaciones de sátiras, grabaciones de blogs, etc.



- Ciencia y formación: grabaciones que tienen sustancia instructiva de cualquier tipo, aclaradas oficialmente o casualmente.
- Tecnología: canales de gran innovación que crean organizaciones, por ejemplo, Apple, Samsung y Nokia, de todos modos, las organizaciones informales, por ejemplo, Facebook y sitios, por ejemplo, Google no están muy lejos.
  - Hay temas realizados por YouTube debido a la enorme cantidad de grabaciones cuyo tema principal es la auditoría y las observaciones de los dispositivos mecánicos, entre los más notables se encuentran el Ipad, Samsung Galaxy TAB y Iphone.
  - Solidaridad y ONG: esta clasificación contiene grabaciones identificadas con cualquier tipo de activismo que salvaguarde una razón, un privilegio o una minoría. Una muestra o un video educativo directo podría ser suficiente.

### **YouTube como un aspecto importante de los tics**

Absolutamente YouTube es un sitio que ofrece datos, sin embargo, en realidad no es una Tecnología de Información y Comunicación (Tic). Lo que explícitamente enmarca una parte de los Tics es la web, y esto por lo tanto contiene YouTube, es decir: YouTube es un poco un Tic significativo. La propuesta de utilizar YouTube como un Tic no está planificada para clasificarlo, pero para combinar la utilización de una parte de la web con el procedimiento instructivo y no la utilización mundial de algunas páginas del sitio para usar en clase para obtener ayuda.

## **Periodismo digital en YouTube**

La ventaja para Google Inc. fue, en la mayoría de los casos, el uso de publicidad o grabaciones previas al movimiento antes de cada proliferación. A medida que YouTube se organiza en torno a una red, cuantos más clientes haya en este sitio, más notable será la medida de las grabaciones que gastarán y transferirán al escenario.

Por esta razón, YouTube establece un programa para cómplices para instar a los creadores de contenido a seguir haciendo lo mismo a cambio de ingresos por publicidad. Según la información de la entrada en sí, hay varios requisitos previos para tener una cuenta cómplice. Estos son para reclamar los derechos de autor y la circulación de la sustancia. Sea como fuere, no existe una cuenta cómplice única, ya que los acuerdos marcados entre los clientes y YouTube son secretos y no siguen criterios diferentes (Cabanillas, 2017)

De esta manera, un cliente con una cuenta de YouTube consiente un acuerdo común con los directores de la entrada en el que, a cambio de generar tráfico, visitas y membresías, obtiene una parte de la ventaja de publicitar que YouTube mismo mantiene apretado el vídeo. Las organizaciones también han explotado este espacio y las ventajas de un registro cómplice para mejorar sus aperturas comerciales y crear una correspondencia corporativa 2.0. Se evalúa que YouTube es utilizado por el 34% de las organizaciones con una cercanía en España.

Sea como fuere, no solo las organizaciones han usado mal las preferencias producidas por una cuenta cómplice de YouTube. Desde que se realizó el programa de cuentas cómplices,

algunas personas han reconocido específicamente esta concurrencia con esta interfaz basada en la web para obtener beneficios. Es lo que hoy se conoce como Youtuber.

En noviembre de 2009, el cliente de YouTube fue identificado con Youtuber. Es decir, cualquier persona que participe de manera efectiva o latente en este momento será vista como un Youtuber. En cualquier caso, el significado de Youtuber utilizado hoy incluye un ángulo inesperado en comparación con el caracterizado por Antonio Lavado.

El término Youtuber se ha convertido en "una práctica en Internet que se compone de un cliente que graba una progresión de grabaciones, lo que mantiene apretada a la organización interpersonal de YouTube de manera consistente y, en su mayor parte, ofrece contenido instructivo y divertido, con el objetivo de atraer a la multitud y efectivo " (Cabanillas, 2017)

En resumen, como lo indica este creador, YouTube se utiliza para representar lo que se conoce como noticias delicadas, o espacios en escala en miniatura que se encuentran cerca de las noticias. Para referirnos a un efecto posterior del examen de este creador, casi el 5% de la duración de las grabaciones se comunican por las actualizaciones de la tarde en los diversos medios de comunicación, originadas en Internet. Siguiendo esta hipótesis, la utilización de YouTube no es abusar de este sitio con su propio registro, sino eliminar el contenido que se comunicará en la televisión convencional. De esta manera, más tarde se colocaría en el registro de dicho contenido de TV antes de comunicarse en TV.

Al igual que en el resto de Internet, YouTube puede localizar una cantidad ilimitada de datos cuyo comienzo puede estar en la televisión tradicional, en diferentes partes de Internet o

inéditas hasta este momento. No obstante, la mayoría de las grabaciones que se ven en YouTube provienen de la industria de los medios de comunicación habituales. Por lo tanto, la necesidad de ver si hay un avance en la conducta del cliente es clara

Anteriormente, los programas informáticos de escritura de televisión se guiaban por las propensiones y gustos de las multitudes a través del examen de multitudes. De esta manera, la sustancia se ajustó a los intereses de los espectadores como método para producir una acción financiera. El trabajo del desarrollador desaparece en YouTube, ya que es simplemente el cliente quien elige qué sustancia ver, cuándo y de dónde. Sea como fuere, en la actualidad la propensión a la utilización está conectada a los métodos convencionales en su mayor parte.

### **Técnicas aplicadas**

Dentro de los instrumentos utilizados para el desarrollo del marco investigativo, se utilizará fichas de observación para un análisis de los datos comparativos de los canales de Youtube de mayor audiencia y mencionados por los estudiantes de la UTB a quienes se les realizó una encuesta, tomando como referencia 320 estudiante de la carrera de comunicación social, para los cuales se elaboró preguntas destinadas a la recolección de información sobre la preferencia, disposición y criterios de opinión de los canales de YouTube, cabe mencionar que en el proceso de las fichas de observación se analizará también el contenido que estas proponen al usuario, la calidad del reportaje, el tiempo de los comunicadores siendo youtubers y sus estudios universitarios.

Para la realización del muestro a quienes se tomará como referencia para la aplicación de las encuestas se aplicará la siguiente fórmula con el fin de la obtención de datos reales para la investigación:

N =Población

n = tamaño de la muestra

e = error de muestreo el cual será tabulado en un 5%

Z = nivel de confianza 95% (1,96)

p = nivel de cumplimiento 50% (0,5)

$$n = \frac{N Z^2 p (1 - p)}{e^2 (N - 1) + Z^2 p (1 - p)}$$

$$n = \frac{320 (1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,05)^2 (319) + (1,96)^2 (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{307.33}{1,7579}$$

n = 175 estudiantes

### Resultados obtenidos

Mediante la aplicación de las encuestas las cuales se encuentran en el Anexo #2 se pudo conocer las preferencias y gustos de los estudiantes sobre los canales de Youtube, más visitados o a cuáles se han suscrito, teniendo como resultado lo siguiente:

- Ocho estudiantes de los encuestados están suscritos mínimo a un canal digital de Youtube.
- Los canales de mayor acogida son los de entretenimiento, musicales y videoclip.
- Existen pocos canales culturales en el Ecuador y los que existen tienen pocos suscriptores lo que obliga en ocasiones al cierre de estos espacios o que la falta de posteo haga que el dominio sea adquirido por otra persona o entidad.
- Entre los canales de mayor acogida nacional están Felipe Crespo y Anthony Swag, ambos youtubers que tienen sus canales, con el fin de entretener y distraer al público con la utilización de sketch cómicos, parodias, reportajes jocosos o desafíos a personas en general.
- Los estudiantes están dispuestos a suscribirse a un canal digital que posea la UTB con la finalidad de enterarse de los últimos acontecimientos que se dan en el alma mater.

Por su parte en el análisis de la plataforma Youtube y los canales digitales, se puede concluir, que este medio digital permite compartir información a modo de videos, los cuales en su mayoría son para el entretenimiento e información de las personas, entre las plataformas de mayor visualización encontramos las de entretenimiento jocoso o desafíos, las musicales, posteriormente las deportivas, las de actualidad y farándula y en último de los casos se encuentran las educacionales, en la actualidad por la acogida de los visitantes o suscriptores una persona se puede volver youtuber pero esto no quiere decir que sea un reportero o comunicador social, para ello se necesita una preparación académica.

Los denominados youtubers son jóvenes que con el afán de informar en muchas ocasiones emplean un lenguaje soez o vulgar, además de acentuar el sexismo con desafíos que estimulan

el morbo, lo que no genera un entretenimiento sano, además en muchas páginas no se logra una verdadera información porque no se comprueba la veracidad de los hechos, desinformando o mal interpretando un suceso o hecho.

Es importante mencionar que la plataforma Youtube estimula a sus youtuber a través de premios monetarios con el incremento de suscriptores, esto también representa regalías para estos, porque un canal con mayor cantidad de seguidores tendrá mayor auspicio y es justamente por ello que la información proporcionada es en su mayoría de entretenimiento, un punto a favor y en contra es la poca censura a la terminología utilizada.

## CONCLUSIONES

Una vez obtenidos los resultados y en congruencia al objetivo planteado se puede concluir lo siguiente:

- Youtube es una plataforma que cada día va más en aumento en su nivel de suscriptores, la publicidad es un hincapié para el aumento de los youtuber quienes desean publicar sus videos y alcanzar la popularidad con la única finalidad del dinero y fama.
- Existe una carencia de censura, con la base internacional de la libre expresión, se puede encontrar todo tipo de videos, los cuales promulgan el fascismo, la discriminación, el narcisismo, temas que no deben ser contemplados en una plataforma que es visitada por niños y adultos.
- Los denominados youtubers deben de mejorar sus aptitudes para lograr una información más idónea y no utilizar modismos o caer en la vulgaridad con el afán de entretener.
- Los jóvenes actualmente son el público más receptor y quienes indagan o navegan un mayor número de horas, el contenido que se puede observar por ello en mayor cantidad es el de entretenimiento, musical y deportivo.



- En el país no existe un verdadero canal digital que promulgue la educación de una forma dinámica y entretenida, aun sabiendo que Youtube es una herramienta para el desarrollo de nuevos aprendizajes si se logra su correcta utilización.
- Existe un amplio margen de diferencia entre los canales nacionales y los internacionales, desde la carencia de una descripción sobre la finalidad del canal, hasta el número de suscriptores, otro punto en contra es la jerga popular utilizada por los youtubers locales quienes emplean demasiados vulgarismos para hacer comedia o un reportaje.

## RECOMENDACIONES

- La popularidad o fama de un youtuber se mide por el contenido que es expuesto, por tal motivo se debe crear un proceso de concientización sobre la importancia de tomar en cuenta un semáforo o medidor de categorías por su contenido, debido a que existe muchos videos que no lo exponen, cayendo en vulgaridades los cuales son visibles para jóvenes y niños en general.
- Es importante censurar los videos y categorizarlos de acuerdo a su contenido, a pesar de que esto es muy difícil en un sistema globalizado el mismo que sube todos sus videos a una nube, además la censura en el internet es un tema delicado y poco respetado, por tal motivo los padres de familia deben medir y observar videos con sus hijos bajo su consentimiento.
- Los youtuberos deben ser personas capacitadas en el medio de información y comunicación, existe una equivocación que cualquier persona con una cámara ya es un comunicador, cuando no es así, se debe capacitar y estudiar para ello, con la finalidad de no caer en vulgarismos para ser aceptados por una comunidad digital o virtual.
- El contenido que posee una mayor aceptación o es más visitado es justamente el de entretenimiento, son pocos los espacios educativos consultados por jóvenes lo que demuestra una falta de culturalización o que estos espacios son poco explotados por los docentes en escuelas o colegios donde se debe formar una nueva cultura digital,

que dirija al estudiante a la formación de aprendizajes digitales para la creación de nuevos conocimientos.

- En los espacios de comunicación tradicional se debe brindar mayor cabida a los youtuberos que formen parte de una cultura de comunicación para educar y no a la generación de espacios de contenido sin bases ni fundamentos positivos, sino el único de entretener, con la poca o nada consideración a caer en vulgarismos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Cabanillas, S. (2017). *El fenómeno youtuber: una nueva forma de comunicación*. Barcelona: La factoría.
- Castells, M. (2014). *El poder de la identidad*. Madrid: Alianza Edit.
- Castells, M. (2017). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Edit.
- Falla, S. (2016). *La interactividad en el periódico digital*. Barcelona: Ariel.
- Gómez Rodulfo, M. (2018). *Periodismo para dummies*. México: Freelance.
- Larrea, A. M., & Mantilla, P. (2018). *Periodismo digital: tras las comunidades sostenibles en el ciberespacio*. Madrid: EGREGIUS.
- Lavado, A. (2015). *El consumo de YouTube en España*. México: Global Media Journal.
- Manovich, L. (2017). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Nielsen, J. (2016). *Participación en la web*. México: Paidós.
- Prieto R, A. (2015). *YouTube como paradigma del vídeo y la televisión en la web 2.0*. Madrid: CAP. Edit.
- Reyes, Á. (24 de 10 de 2015). *www.clasesdeperiodismo.com*. Obtenido de [www.clasesdeperiodismo.com/2015/10/24youtube-deseacontribuir-al-periodismo-como-fuente-de-información/](http://www.clasesdeperiodismo.com/2015/10/24youtube-deseacontribuir-al-periodismo-como-fuente-de-información/)
- Suárez Villegas, J. C., & Cruz Álvarez, J. (2016). *Desafíos éticos en el periodismo digital*. Madrid: Dykinson.

# **ANEXOS**

**Anexo #1: Fotos**



Realizado encuestas a estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo sobre los canales digitales

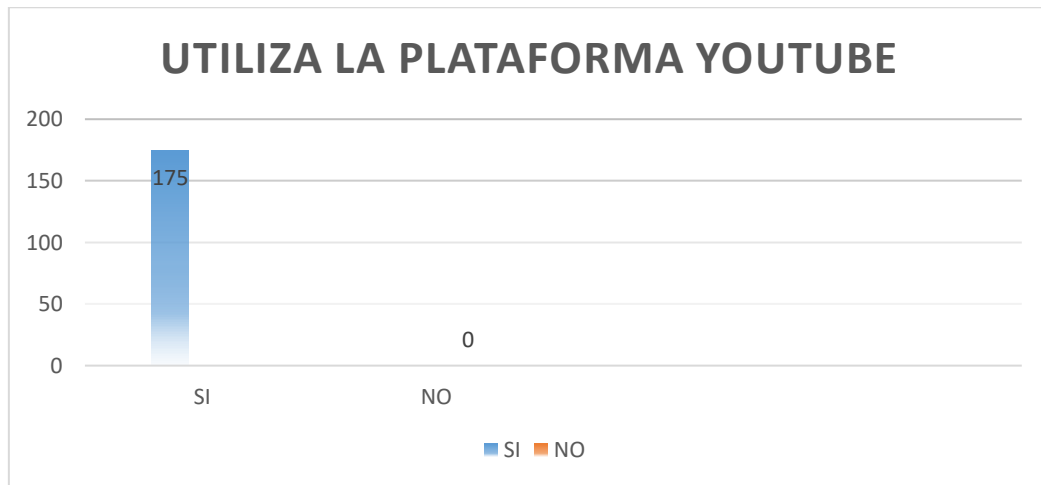


Realizando encuesta a estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo sobre los canales digitales

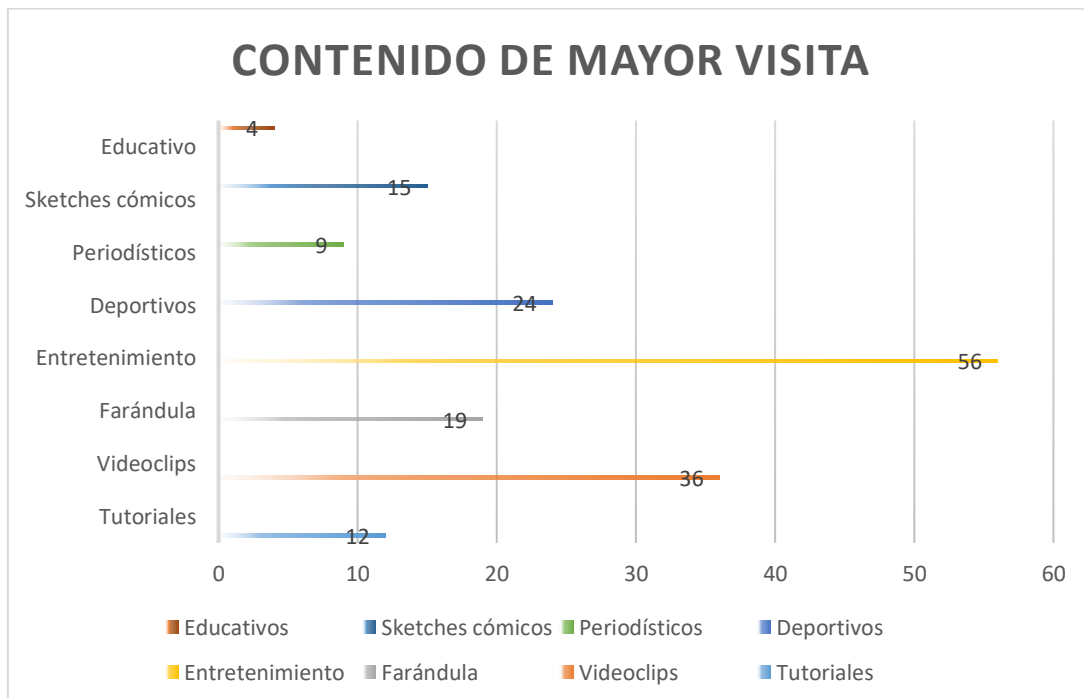
## Anexo # 2: Encuestas

### PREFERENCIAS DE CANALES DE YOUTUBE EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO 2019

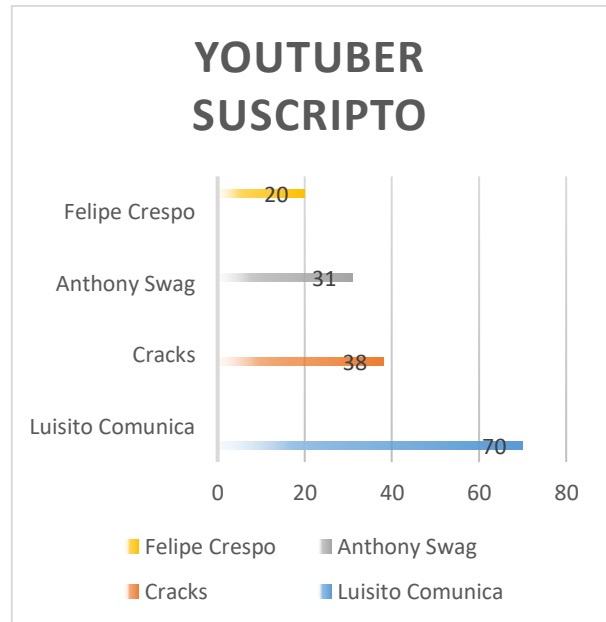
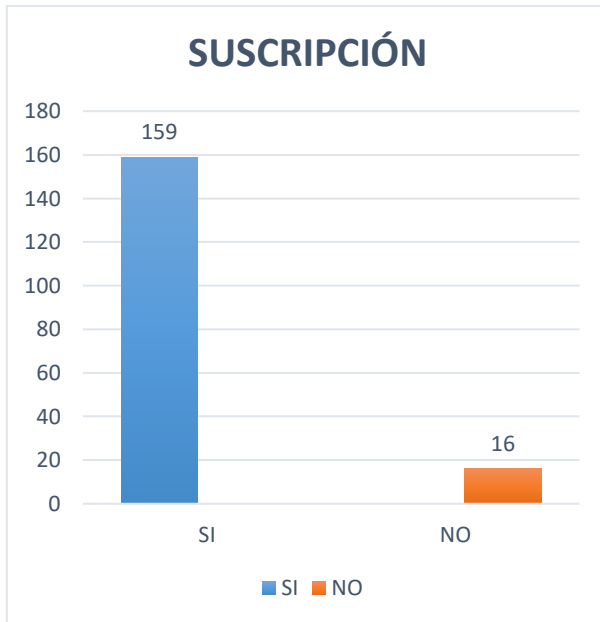
1.- ¿En alguna ocasión ha observado videos por la plataforma YouTube?



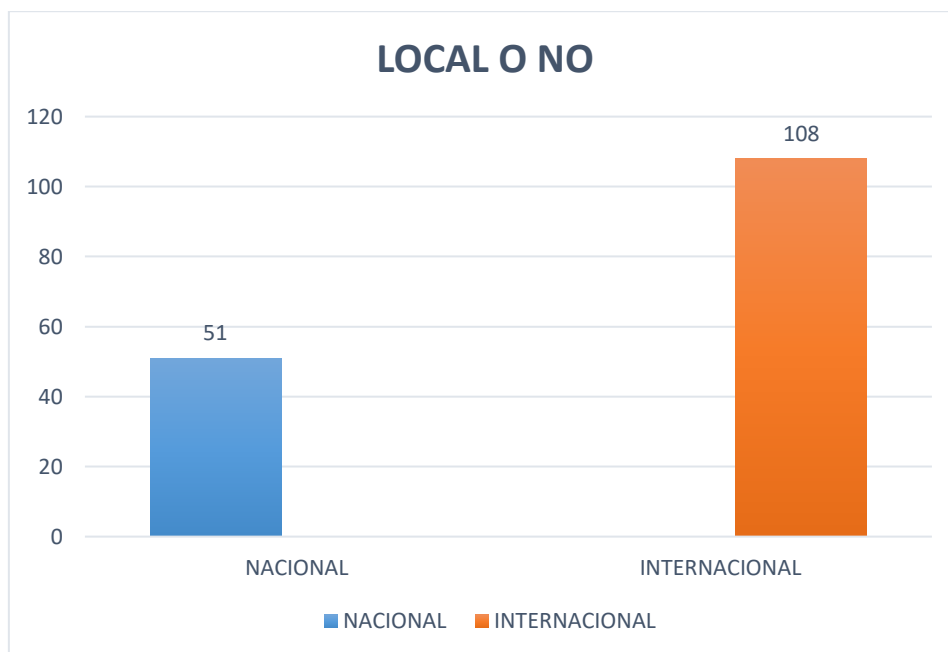
2.- ¿Qué tipo de contenido es el que más busca en la plataforma YouTube?



3.- ¿Se encuentra actualmente suscrito a algún canal de la plataforma YouTube me podré indicar a cuál?

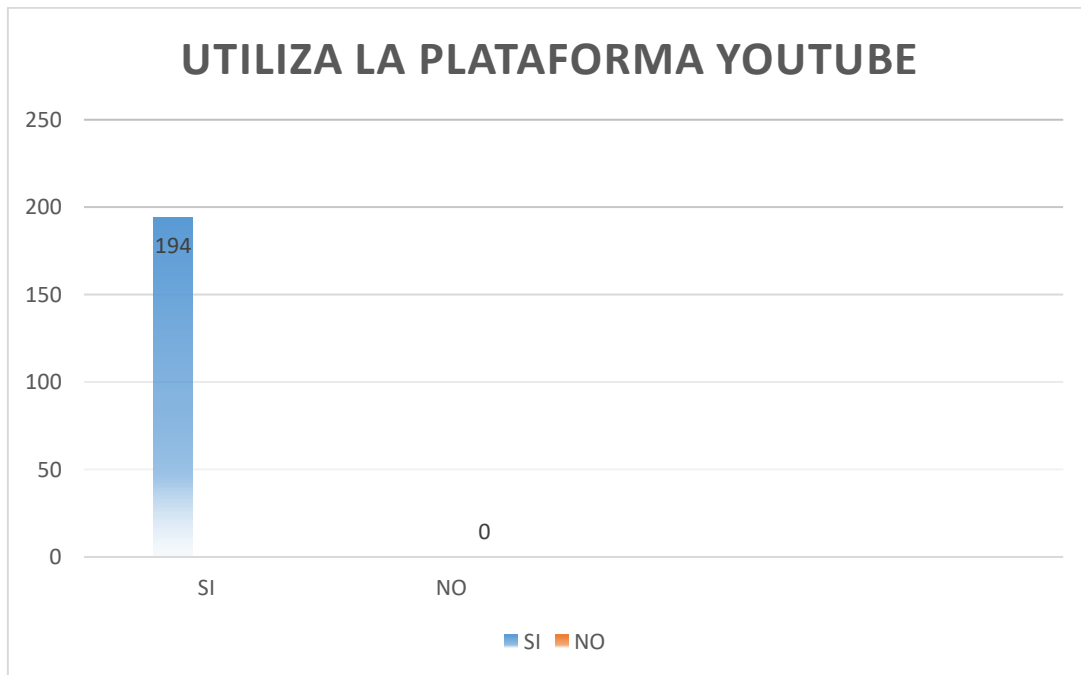


4.- ¿El Canal en que está suscrito en YouTube es del medio nacional o internacional?





5.- ¿Si la Universidad Técnica de Babahoyo contaría con un canal en la plataforma Youtube usted se suscribiría?



### Anexo # 3 Comparación de canales de Youtube

<b>Canal digital</b> <b>Enfoque</b> <b>Comparativo</b>	<b>Luisito Comunica</b>	<b>Cracks</b>	<b>Anthony Swag</b>	<b>Felipe Crespo</b>
Tiempo de funcionamiento	Inicio 14 de abril del 2012	Inicio 7 de agosto del 2015	Inicio 5 de julio 2014	Inicio 12 de agosto del 2009
Número de suscriptores	29,1 Millones de suscriptores a la fecha	4,76 Millones de suscriptores a la fecha	882.000 suscriptores	822.000 suscriptores a la fecha
Link de visita	<a href="https://www.youtube.com/channel/UCECJDeK0MNapZbpaOzxrUPA">https://www.youtube.com/channel/UCECJDeK0MNapZbpaOzxrUPA</a>	<a href="https://www.youtube.com/channel/UCv1xjGi8KibuoOK8StRFCWg/about">https://www.youtube.com/channel/UCv1xjGi8KibuoOK8StRFCWg/about</a>	<a href="https://www.youtube.com/user/anthonyswaginc/about">https://www.youtube.com/user/anthonyswaginc/about</a>	<a href="https://www.youtube.com/user/7Felipe7Crespo7/about">https://www.youtube.com/user/7Felipe7Crespo7/about</a>
Tipo de noticias	Entretenimiento, variedad y turismo	Deportivas y de comentarios	Entretenimiento, parodias, retos, sketch cómicos.	Entretenimiento
Descripción	Sitio de entretenimiento, con el afán de informar desde otro punto de vista, además de visitas turísticas a diversos lugares en el mundo	El informativo sobre fútbol internacional más grande y más visto de YouTube. Las noticias, curiosidades, polémicas, videos y lo que no se ve en los noticieros, AQUÍ. Si eres un	Soy un chico normal como cualquier otro, mi objetivo es hacerles la vida más feliz Subo videos todos los días	Canal de videos realizados por el Youtuber Felipe Crespo con la finalidad de entretener al público en general con desafíos o pruebas además de brindar cierta información de forma jocosa.

		verdadero fan del mejor fútbol ¡SUSCRÍBETE!		
Número de visualizaciones por videos	4.047.033.477 visualizaciones	1.839.488.404 visualizaciones en general	116.647.867 visualizaciones	119.261.483 visualizaciones
Video con mayor like	Probando comida callejera en china - ¿Realmente comen perro? (40.385.497 visualizaciones) 13 de abril del 2017	Lo que no se vio del Balón de Oro 2015 –CRACKS (11.438.463 visualizaciones) hace 4 años	Mi cama – Karol G (parodia) – Anthony Swag (5.910.538 visualizaciones) 12 de junio 2018	DURACHALLENGE EN CARNAVAL   Dura - Daddy Yankee (2.479.560 visualizaciones) 4 de feb del 2018
Publicación del último video	La gente se forma horas por estas hamburguesas (189.531 visualizaciones) 35 minutos	El delantero que impresiona a Ronaldinho, (616.139 visualizaciones) 16 horas	Cuando retas a tu novia a un juego y sale triunfando (13.070 visualizaciones) 18 horas	¿El tamaño importa? Te gusta grueso o fino – Montañita 2020 (71.087 visualizaciones) 17 horas

Fuente: Canales digitales de Youtube

Elaborado por: Alex Vega

### Anexo # 3.1

#### Capture de los videos analizados para el estudio comparativo.



Fuente: Luisito Comunica – Canal de Youtube



Fuente: CRACKS – Canal de Youtube



Fuente: Anthony Swag – Canal de Youtube



Fuente: Felipe Crespo – Canal de Youtube