



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación

Carrera de Comunicación

Análisis de la perspectiva social de los videos emitidos por la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’ en la ciudadanía de Zamora, en el periodo mayo, 2022.

Trabajo de Integración Curricular
previo a la obtención del título de
Licenciada en Comunicación.

AUTORA:

Stefani Anabel Armijos Coronel

DIRECTOR:

Ing. Fausto Alexander Boada Hurtado. Mgtr

LOJA – ECUADOR

2022

Certificación

Loja, 03 de agosto de 2022

Ing. Fausto Boada Hurtado. Mgtr

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICO

Haber asesorado, revisado y orientado el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular, denominado: **Análisis de la perspectiva social de los videos emitidos por lapágina de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’ en la ciudadanía de Zamora, en el periodo mayo, 2022.**, de la autoría de la señorita **Stefani AnabelArmijos Coronel**.

Por reunir las condiciones de Fondo y Forma y haber concluido el informe final del Trabajo de Integración Curricular exigidos por la Universidad Nacional de Loja, autorizo proseguir con los trámites legales pertinentes para su presentación y defensa ante el tribunal respectivo.



Firmado electrónicamente por:

**FAUSTO
ALEXANDER
BOADA HURTADO**

Ing. Fausto Boada Hurtado. Mgtr

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, **Stefani Anabel Armijos Coronel**, declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente, acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.



Firma:

Cédula: 1150766523

Fecha: 21/10/2022

Correo electrónico: stefani.armijos@unl.edu.ec / stefanianabel123@gmail.com

Teléfono: 0994875055

Carta de autorización por parte de la autora, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular.

Yo, **Stefani Anabel Armijos Coronel**, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Análisis de la perspectiva social de los videos emitidos por la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’ en la ciudadanía de Zamora, en el periodo mayo, 2022.**, como requisito para optar el título de **Licenciada en Comunicación**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los **veintiún** días del mes de **octubre del dos mil veintidós**.

Firma:



Autora: Stefani Anabel Armijos Coronel

Cédula: 1150766523

Dirección: Loja – San Cayetano Bajo, Bucarest y Hamburgo

Teléfono: 0994875055
stefanianabel123@gmail.com

Correo: stefani.armijos@unl.edu.ec /

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Fausto Alexander Boada Hurtado, Mgtr.

Dedicatoria

A todos los aficionados con el tema de Producción Audiovisual. Recuerden, podemos hacer muchas cosas y obtener grandes resultados, si lo que hacemos realmente nos apasiona.

Stefani Anabel Armijos Coronel

Agradecimiento

A Dios por darme fuerza, paciencia y sabiduría para continuar todos los días de mi vida. Mi San Antonio de Padua por ser mi fiel compañero. Para mis padres – Graciela y Hernán – que siempre me han apoyado en mis remotas locuras, agregando: “No abandones jamás tus sueños al primer obstáculo”, también a mis hermanos – Kelly, Hernán, Yesenia y Marylin – que me han apoyado en todo mi proceso académico y personal, y han podido entender mis crisis emocionales en días nublados.

Ana, que hemos estado desde el primer ciclo, siempre nos hemos alentado una a la otra, gracias por ser una amiga incondicional. Al igual, a mi amigo Fredy Gallegos por ser muy bueno conmigo y por ayudarme a imprimir la tesis.

Sobre todo, agradezco a mi director de Trabajo de Integración Curricular, Fausto Boada, por ayudarme en este camino universitario. Realmente ha sido una pieza importante en mi formación y con este trabajo de tesis, porque desde el primer día me ayudó a tener seguridad y confianza en mí misma.

Stefani Anabel Armijos Coronel.

Índice de contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenidos	vii
Índice de tablas:	viii
Índice de gráficos:	viii
Índice de anexos:.....	ix
1. Título	1
2. Resumen	2
2.1 Abstract	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico	7
4.1 Producción Audiovisual	7
4.1.1 Fases de la Producción Audiovisual.....	7
4.1.1.1 Preproducción.....	7
4.1.1.2 Producción.....	8
4.1.1.3 Postproducción.....	8
4.2 Facebook	8
4.2.1 Negocios de videos en Facebook.....	10
4.2.1.1 Videos de Reflexión	11
4.3 Empresa – Yoon Network.....	11
4.3.1 Inicios.....	11
4.3.1.1 Misión.....	12
4.3.1.2 Visión.....	12
4.3.2 Tipo de producción de sus videos.....	12
4.3.2.1 Un Escalón a la Vida	12
4.3.3 Equipo de producción	13
4.3.4 Competencia.....	13
4.3.4.1 Ecuamedios.....	14
4.4 Perspectiva social sobre productos audiovisuales – videos de reflexión	14

5.	Metodología	15
6.	Resultados	21
7.	Discusión	115
8.	Conclusiones	122
9.	Recomendaciones	124
10.	Bibliografía	125
11.	Anexos	130

Índice de tablas:

Tabla 1.	Género de las personas encuestadas	56
Tabla 2.	Edades de las personas encuestadas	57
Tabla 3.	Uso de las redes sociales	58
Tabla 4.	La frecuencia que se le da a las redes sociales	60
Tabla 5.	Utilidad que se da a las redes sociales.....	61
Tabla 6.	Consumo de videos de reflexión en Facebook por parte de los encuestados	62
Tabla 7.	Consumo de videos de reflexión al día	63
Tabla 8.	Perspectiva en cuanto a los videos de reflexión en Facebook.....	64
Tabla 9.	La observación de la gente en relación a los videos de reflexión de ‘Un Escalón a la Vida’	66
Tabla 10.	El tiempo que se dedica a los videos de reflexión de ‘Un Escalón a la Vida’	67
Tabla 11.	El beneficio de estos videos de reflexión en la gente.....	68
Tabla 12.	El aporte que deja estos videos de reflexión en la gente	70
Tabla 13.	Consumo que dan los encuestados al día a los videos de reflexión	71
Tabla 14.	Sentimientos que provoca en la gente al observar los videos de reflexión	73
Tabla 15.	Calificación que le dan las personas a los videos de reflexión.....	74

Índice de gráficos:

Gráfico 1.	Género de las personas encuestadas.....	56
Gráfico 2.	Edades de las personas encuestadas	57
Gráfico 3.	Uso de las redes sociales	59
Gráfico 4.	La frecuencia que se le da a las redes sociales	60
Gráfico 5.	Utilidad que se da a las redes sociales.....	61
Gráfico 6.	Consumo de videos de reflexión en Facebook por parte de los encuestados	62
Gráfico 7.	Consumo de videos de reflexión al día	63

Gráfico 8. Perspectiva en cuanto a los videos de reflexión en Facebook.....	65
Gráfico 9. La observación de la gente en relación a los videos de reflexión de ‘Un Escalón a la Vida’	66
Gráfico 10. El tiempo que se dedica a los videos de reflexión de ‘Un Escalón a la Vida’	67
Gráfico 11. El beneficio de estos videos de reflexión en la gente.....	69
Gráfico 12. El aporte que deja estos videos de reflexión en la gente	70
Gráfico 13. Consumo que dan los encuestados al día a los videos de reflexión	72
Gráfico 14. Sentimientos que provoca en la gente al observar los videos de reflexión	73
Gráfico 15. Calificación que le dan las personas a los videos de reflexión	75

Índice de anexos:

Anexo 1. Propuesta	130
Anexo 2. Fichas de Observación.....	131
Anexo 3. Encuesta	138
Anexo 4. Grupo Focal.....	142
Anexo 5. Entrevista – Gerente de ‘Yoon Network’	143
Anexo 6. Entrevistas – Expertos en Producción Audiovisual.....	144
Anexo 7. Oficios de designación y aprobación del Trabajo de Integración Curricular	145
Anexo 8. Certificación de traducción del Abstract	147

1. Título

Análisis de la perspectiva social de los videos emitidos por la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’ en la ciudadanía de Zamora, en el periodo mayo, 2022.

2. Resumen

La producción audiovisual ha dado un gran paso en los últimos tiempos, buscando la manera de destacar, presentar y compartir contenidos audiovisuales, tal es el caso de los videos de reflexión en Facebook. Por esta razón, la presente investigación tiene como objetivo analizar la perspectiva social de los vídeos emitidos por la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida' en la ciudadanía de Zamora, en el periodo mayo, 2022. La metodología tiene enfoque mixto, con predominio cualitativo, a través de herramientas como: fichas de observación, encuesta, grupo focal y entrevistas. Como resultado, se ha identificado que los videos de reflexión tienen gran controversia, generando una acción y pensamiento en los usuarios, al mencionar que los temas que difunden para algunos son significativos debido a la similitud de la historia con un evento de sus vidas, sin embargo, para otros son temas repetidos y sin sentido. Entre las conclusiones está, que los ciudadanos prefieren productos audiovisuales del exterior por el gran trabajo que dedican en preproducción, producción y postproducción, por el contrario, los productos audiovisuales en el Ecuador sólo se basan en las tendencias de otras páginas, sin percatarse del declive notorio en la falta de preparación de actores y el trabajo del equipo de la empresa.

Palabras claves: Comunicación audiovisual; contenidos audiovisuales; Facebook; sociedad de consumo; perspectivas.

2.1 Abstract

Audiovisual production has taken a big step in recent times, looking for ways to highlight, present and share audiovisual content, such is the case of reflection videos on Facebook. For this reason, the present research aims to analyze the social perspective of the videos broadcasted by the Facebook page 'Un Escalón a la Vida' in the citizenship of Zamora, in the period May, 2022. The methodology has a mixed approach, with qualitative predominance, through tools such as: observation sheets, survey, focus group and interviews. As a result, it has been identified that the reflection videos have great controversy, generating an action and thought in the users, by mentioning that the topics they disseminate for some are meaningful due to the similarity of the story with an event in their lives, however, for others they are repetitive and meaningless topics. Among the conclusions is that citizens prefer audiovisual products from abroad because of the great work they dedicate in pre-production, production and post-production, on the contrary, audiovisual products in Ecuador are only based on trends from other pages, without noticing the notorious decline in the lack of preparation of actors and the work of the company's team.

Keywords: Audiovisual communication; audiovisual content; Facebook; consumer society; perspectives.

3. Introducción

En la producción audiovisual se ha visto un gran impacto, que en tan poco tiempo la mayoría de las productoras independientes han buscado la manera de resaltar e integrar un plus al momento de compartir contenido en redes sociales, Cáceres (2020), mantiene que la metamorfosis de la industria del entretenimiento consiguió liberar esos espacios para que la gente aproveche los medios sociales, siendo esa puerta al mundo de la interacción y conexión, para conseguir más el apoyo del público (1 de junio de 2020).

El boom del consumo audiovisual no es sorpresa ni la disparidad creciente de opciones para consumir (Orozco, 2017). No obstante, la trascendencia en el escenario digital es hoy en día tan competido, ocasionando diversos desafíos que se dan por un sin número de productoras direccionadas con las mismas temáticas, que hacen crecer una gran incertidumbre en sus usuarios (22 de noviembre de 2017).

Facebook, es una plataforma que abre puertas al espacio del entretenimiento, información, trabajo, estudios y para conocer personas, en donde miles de perfiles comparten su contenido con el resto del mundo, ya sea con fotos, headliner, publicaciones con texto y videos para obtener un reconocimiento, visualización y aceptación en sus seguidores; con sus reacciones, comentarios y compartidos entre sus amigos, familiares o conocidos.

Sobre todo, es preciso levantar información cualitativa y cuantitativa respecto a esta situación que está generando una gran influencia en la sociedad, ya que en la actualidad no hay investigaciones respecto a los videos de reflexión que se están presentando cada vez más en las páginas de Facebook, con una construcción tenue en cuanto al desarrollo del producto, porque a simple vista no se sabe la preparación o estudio que se le dedica a este contenido que se da a conocer cada día, a diferencia de las grandes producciones que tardan meses o años en lanzar un corto o largometraje. Es por esto que resulta relevante visibilizar este tema, analizar y establecer las bases para que abra camino a otras variantes y áreas de atención.

Es de esta manera que nos interesa los breves rasgos que caracteriza a la empresa Yoon Network, ubicada en Zamora Chinchipe, en la ciudad de Zamora, que es una productora audiovisual que difunde videos de reflexión, tanto de forma local, nacional e internacional; desde su página de Facebook 'Un Escalón a la Vida'. En lo actual, la empresa genera un contenido nutrido que permite el interactuar con los usuarios mediante su página en

Facebook, dejando peculiares perspectivas en la sociedad, en cuantos a sus sentimientos, emociones y pensamientos de dicho contenido.

En vista de ello, la presente investigación aborda cuatro capítulos. El primer capítulo se resalta el *marco teórico* en donde están temas como: producción audiovisual, las fases de producción audiovisual – preproducción, producción y postproducción -, seguido de la historia de Facebook, el negocio de los videos de Facebook y la potencia en los videos de reflexión, posterior información de la empresa ‘Yoon Network’, su misión y visión, asimismo, el tipo de producción de sus videos, información de la página *Un Escalón a la Vida*. Al igual, información del equipo de producción de la empresa y en otro apartado la competencia – Ecuamedios – y en último, un punto en relación a la perspectiva social sobre los productos audiovisuales, para estar al tanto del consumo de este tipo de contenidos en los usuarios.

Segundo capítulo se orienta a la parte de metodología, la cual se trabajó con la metodología exploraría que fue un primer paso para conocer sobre el tema a investigar, luego se aplicó la metodología mixta, con predominio en el enfoque cualitativo, utilizando fichas de observación, encuesta, grupo focal y entrevistas (gerente de la empresa Yoon Network y expertos en Producción audiovisual) - permitiendo de forma general una perspectiva en cuanto a los videos de reflexión, efectos que genera en la ciudadanía de Zamora y aspectos profesionales, tanto del gerente y expertos -.

Tercer capítulo se hace hincapié en los resultados con fichas de observación de los 10 videos más vistos en la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’, la cual permitió captar las reacciones, compartidos y comentarios ante dichos productos audiovisuales, es más, un análisis de la suma del número de interacción y respuestas de los usuarios; para concretar si se logra el objetivo de la empresa. Después una encuesta a un total de 400 personas del cantón de Zamora, en donde se evidenció en más profundidad las emociones y sensaciones con dicho contenido.

También, un grupo focal a 8 personas de Zamora, para conocer la experiencia y perspectiva con los videos de reflexión de otras empresas y Yoon Network. Para finalizar, por un lado, se hizo una entrevista al gerente Jhon Morocho, representante de la empresa Yoon Network, para profundizar un informe de la empresa y la página como tal.

Subsiguiente, las entrevistas ejecutadas a dos expertos en Producción Audiovisual para resaltar su lado profesional en cuanto a la óptica del contenido audiovisual que generan las empresas en el país y la productora que se está estudiando.

En el último capítulo, se habla de la discusión, conclusiones, recomendaciones y propuesta, puntos exactos para demostrar como estos videos de reflexión han generado respuestas en la ciudadanía. Además, resaltando la propuesta se menciona una propuesta para concepto de discurso y producción para que tomen en consideración las productoras audiovisuales en sus futuros videos de reflexión.

Para finalizar, se encuentra la bibliografía general y bibliografía de la propuesta. Por añadidura, los anexos que se han utilizado para abordar la investigación.

4. Marco Teórico

El presente estudio sintetiza varios enfoques teóricos. *En primer lugar*: la producción y fases de la producción (preproducción, producción, postproducción). *Segundo*: Facebook, negocios de videos en Facebook y videos de reflexión. *Tercer*: Empresa-Yoon Network, tipo de producción de sus videos, equipo de producción y competencias. *Cuarto*: Perspectiva social sobre productos audiovisuales – videos de reflexión. A partir de estos soportes se realizará el análisis de la perspectiva social frente a los videos de reflexión en la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’.

4.1 Producción Audiovisual

El camino de la producción audiovisual es significativo hoy en día, permitiendo a las productoras desde la preproducción hasta la propagación del producto conseguir lo que se plantean, siendo conscientes en primera instancia que los receptores tienen diferentes modos de razonar, sentir, imaginar y existir. (Antezana, 2017, p. 26)

En este sentido Ortiz (2018) define a la producción audiovisual como “un todo de algunos procesos creativos, administrativos y logísticos para obtener el resultado final, ya sea una película, programa / serie de televisión o videos” (p. 5). De igual manera, se hace partícipe a gran equipo de colaboradores que pertenecen a diferentes campos, para que aporten con sus saberes y experiencias en el proyecto, y continuamente tomar cuerpo con el producto audiovisual. (24 de febrero de 2018)

4.1.1 Fases de la Producción Audiovisual

Primeramente, de acuerdo a Sierra (2012) hay que considerar que estas etapas se llevan en toda producción audiovisual, ya sea un cortometraje, mediometraje o largometraje. De tal manera, para dirigir a una producción independiente, es necesario contar con el personal que es parte del equipo de producción y verificar los fondos que se posee. (p.1)

La producción audiovisual se divide en tres fases:

4.1.1.1 Preproducción

Es la etapa más esencial en el transcurso de la producción audiovisual. De hecho, se seleccionan los elementos estructurales del trabajo de filmación y se establece el equipo

técnico y artístico para el proyecto (Sierra, 2012, p. 8). En menos palabras es el primer paso para organizarse.

4.1.1.2 Producción

Para esta etapa hay que abastecer y proporcionar todo lo que requiere el proyecto. Aquí se lleva contacto entre departamentos, para tener en cuenta los objetivos y solucionar con tiempo cualquier problema (Sierra, 2012, p. 1). Es por ello, que en esta segunda etapa ya se empieza con la grabación.

4.1.1.3 Postproducción

En cambio, para esta etapa las personas que están al mando de todo este proceso como el productor, director y editor, se encargan de la revisión y manejo de la edición o montaje, como efectos de sonido o lo necesario para que el producto final quede lo mejor posible. (Sierra, 2012, p. 1)

4.2 Facebook

Esta plataforma surgió el 28 de octubre de 2003, a juzgar por Islas *et al.* (2021), el protagonista fue Mark Zuckerberg a quien se le ocurrió llevar a cabo este proyecto que estaba enfocado en entretener a sus compañeros de Harvard. Al principio se llamaba **Facemash**, con la intención que los estudiantes juzgarán el físico de otros alumnos y generar rankings. Pese a que fue cerrado a los dos días por servirse de fotos sin permiso, se dieron cuenta que llegaron a 22,000 visualizaciones por las imágenes. (p. 472)

Asimismo, los autores nos siguen narrando la historia de Facebook en su artículo: “Luces y sombras en la breve historia de Facebook, hoy Meta”, sin embargo, sólo he resaltado algunos puntos primordiales que se los presento enseguida.

Zuckerberg al notar que tuvo éxito se agrupó con compañeros el 4 de febrero de 2004, tales como: Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz y Chris Hughes. En ese entonces lo nombraron ‘The Facebook’ y los únicos que disponían de los beneficios eran las personas con una dirección de correo electrónico de Harvard; se podían conectar con otras personas, compartir intereses y adjuntar información personal, sobre sus horarios de clase o hermandades a las que pertenecían. (pp. 473-474)

Luego de tanta acogida por los Universitarios, se habilitó para otras academias como Yale, Columbia y Stanford. Al observar el crecimiento de manera exponencial, ya para finales de 2004 la red social estaba abierta a casi todas las universidades de Estados Unidos y Canadá. (p. 474)

En el 2005, fue el inicio para lo que hoy se conoce como Facebook, porque fue suprimida 'The'. En este caso, se implementó la opción de etiquetar a las personas en las fotos. Asimismo, esta app se expandió a estudiantes de colegios y universidades de México, Reino Unido, Irlanda, Nueva Zelanda, etc., y para finales de ese mismo año Facebook ya reportaba aproximadamente 6 millones de usuarios activos al mes. (p. 474)

Para el 2006 ocurrió un cambio significativo en Facebook, porque ya había como poner una foto de perfil y al igual se añadió el **NewsFeed** para que los cibernautas visualizarán las actividades de sus amigos de primera mano en el perfil. No obstante, para septiembre del mismo año la plataforma se hace global, resaltando a ello, sólo para mayores de 13 años. (p. 474)

En el 2007 se agregaron funcionalidades como Facebook Marketplace, permitiendo crear propias apps y juegos. En el 2008, Facebook rebasa a MySpace como la red social más concurrida. En el 2009, activó el icónico botón "me gusta". Para el 2010 esta plataforma fue estimada en más de 37.000 millones de euros, ganando como la tercera empresa web más grande de los Estados Unidos, solo detrás de Google y Amazon. (p. 475)

En cuanto al 2011 se incluyó la alternativa de la **foto de portada** y el **timeline** para ordenar los posts en orden cronológico. Al siguiente año, Zuckerberg compra Instagram por mil millones de euros, asimismo, en el 2014 igual compró WhatsApp por 17.000 millones de euros y Oculus VR (p. 475).

A pesar de algunos conflictos en los que se ha visto Facebook, por las críticas hacía los propietarios porque permiten la difusión de fake news, propaganda peligrosa y otros factores; han provocado que algunos usuarios decidan abandonar la app. Sin embargo, Zuckerberg y su equipo ponen atención a esos casos para evitar más problemas. (pp. 486-487).

Por otro lado, como último dato el jueves 28 de octubre de 2021, se corría el rumor que Facebook iba a cambiar de nombre, sin embargo, Zuckerberg en un encuentro de 'Facebook Connect' afirmó que sólo cambió el nombre de la empresa como **Meta**, no de la red social (p. 488).

4.2.1 Negocios de videos en Facebook

Si nos preguntamos cómo las empresas ganan dinero, la respuesta sería incierta, pero sí resulta más factible pensar qué tipo de conductas pueden estar induciendo en nosotros y qué tipo de información pueden estar encaminadas para ejecutarlo.

Tal y como lo explica Rodríguez (2015), todas las empresas quieren que el usuario preste atención a su página, por eso están produciendo cada vez más contenido audiovisual. El vídeo ya no es una opción, sino una necesidad, por eso Facebook está manifestando una guerra a YouTube en este sentido.

De igual forma, aquellas empresas que empiezan a generar videos deben tener presente que hay que ganar la atención de los usuarios en los 3 primeros segundos, si lo logran van por buen camino. Realmente es fundamental empezar con contenidos potentes, tener en claro ¿qué tenemos que ofrecer?, ¿qué temáticas presentar?, ¿cuál es nuestro público?, etc. Además, se sabe que Facebook al ser una herramienta de comunicación global, va incrementando sus ingresos de publicidad y es por eso, que no hay que permitir que nada se escape en esta era de la industria de contenido audiovisual. (Rodríguez, 2015)

No cabe duda, cuando el producto que las empresas comercializan es tu atención, todos combaten contra todos, Bilinkis (2019) sustenta que tal es el ejemplo de Facebook que compite contra otra red social como Twitter, de igual manera con plataformas muy diferentes como YouTube, Netflix o Fortnite. Adicionalmente, hay que resaltar que el tiempo que no estás en la red, las empresas no logran vender a sus anunciantes, por eso emplean notificaciones visuales y sonoras, ya sea cualquier truco para despistarte de tu actividad, inclusive cuando estás usando las demás plataformas. (27 de noviembre de 2019)

Finalmente, para adicionar sus ganancias, cada productora audiovisual necesita que estemos más y más tiempo en su plataforma, para así ganar el hackeo de nuestra atención.

4.2.1.1 Videos de Reflexión

Los dispositivos y las redes nos mantienen pensativos, descuidados, intranquilos y orientados en el consumo pasivo. Sin embargo, Bilinkis (2019) manifiesta que “tratar de incitar a los demás es tan viejo como el mundo”, pero los instrumentos digitales y la gran cantidad de investigación personal reservada respecto a nosotros de acuerdo a la actividad online están provocando un nuevo procedimiento de manipulación en nuestro ánimo y actos. (27 de noviembre de 2019)

La elaboración de productos audiovisuales con temáticas en específico interviene en un área de manipulación. Es decir, con el progresivo uso de fotos y videos como lenguaje principal en las redes, le da un valor irracional, excesivo a la fisonomía estética y la presencia física por sobre todas las demás dimensiones de nosotros; frente a la mirada de los demás y por lo tanto de uno mismo. (Bilinkis, 2019)

4.3 Empresa – Yoon Network

4.3.1 Inicios

Para obtener más información sobre Yoon Network, se realizó una entrevista al propietario Jhon Morocho en el año 2020.

Yoon Network es la productora audiovisual donde se cristalizan las ideas de superación y desarrollo humano, que nació en la ciudad de Zamora en medio de la crisis generada por la pandemia Covid-19 (Morocho, 2020).

Con el contenido audiovisual que se difunde a través de las redes sociales, se procura lograr que la gente que escoge un camino equivocado, reflexione sobre sus hábitos y la clase de amistades que lo rodean, con el fin de cambiar su forma de vida a través de la toma de buenas decisiones.

Todo el trabajo audiovisual ha sido bien aceptado a nivel nacional e internacional, en países como México, Colombia, Costa Rica, Estados Unidos y otros, donde sus seguidores escriben comentarios reconociendo la importancia que ha significado para ellos los temas que se difunden en los videos, que en muchos casos ha cambiado sus vidas. “Esto nos alegra mucho y con ello nos damos cuenta que estamos haciendo bien nuestro trabajo y

cumpliendo nuestro objetivo como empresa” (Morocho, 2020).

4.3.1.1 Misión

Crear, producir y difundir contenidos audiovisuales en las plataformas digitales como YouTube, Facebook, Instagram y Tik Tok, con tecnología de primera, consolidándose con altos estándares de calidad como una empresa que prioriza la capacidad técnica, motivando el cumplimiento de principios éticos, morales y el desarrollo de las virtudes humanas. (Morocho, 2020)

4.3.1.2 Visión

Ofrecemos a los cibernautas un producto de alta calidad, captando su atención y brindándole entretenimiento.

Estamos a la vanguardia en creatividad, tecnología, tendencias y captamos el gusto de los cibernautas, condiciones que permiten a Yoon Network posicionarse como una de las empresas reconocidas en producción audiovisual. (Morocho, 2020)

4.3.2 Tipo de producción de sus videos

Por el momento, Yoon Network se encuentra en Zamora con sede en Loja, siendo el primer el lugar de residencia del propietario, que, en palabras suyas, “es un lugar rico en biodiversidad e interculturalidad, por lo que en sus producciones tratan de resaltar la belleza de esta zona del país” (Morocho, 2020).

Ahora Jhon (2020) está trabajando fuerte en los cortometrajes de reflexión, aunque de a poco se están adentrando a la comedia, la cual es sana y formal, con el fin de atraer a más espectadores. Algunas plataformas como Facebook o YouTube, han sido fuente de impulso para la página asociada a su productora, tal es el caso de “Un Escalón a la Vida”.

4.3.2.1 Un Escalón a la Vida

Se hizo una observación de este medio el 25 de enero de 2022, obteniendo como información que este sitio es administrado por dos personas de la empresa, incluido el gerente. Adicionalmente, se creó la página el 10 de enero de 2021, teniendo como nombre ‘El Escalón de la Vida’, para el 3 de abril de 2021 cambió su denominación a ‘Un Escalón a la Vida’ (25 de enero de 2022).

Mientras tanto, en Facebook existe un total de 860 mil seguidores y 115 videos; con una duración de 4 a 22 minutos. Asimismo, estos videos son publicados de lunes a sábado, en horas de la noche; siempre dando a conocer historias sobre acciones que impulsan a mejorar la vida del ser humano; ya sea con el prójimo, amigos, pareja o familia (25 de enero de 2022).

No obstante, actualmente se hizo una segunda observación el 16 de mayo de 2022 en donde se recolectó la cantidad de 200 videos y total de 1,6 millones de seguidores. Sobremanera hay que resaltar que existe gran interacción por los usuarios en cuanto al contenido difundido, desde comentarios positivos, negativos, incluso destructivos hacia ciertas culturas, opiniones de otros cibernautas y burlas sin sentido. (16 de mayo de 2022)

4.3.3 Equipo de producción

La empresa Yoon Network, al trabajar con la página que es netamente para difundir videos de reflexión, cuenta con alrededor de 18 personas encargadas en cuanto al equipo técnico y humano; siendo jóvenes, amigos y familiares (Morocho, 2020).

El equipo técnico y humano está dividido de la siguiente manera:

- 2 directores
- 4 camarógrafos
- 2 audio
- 3 editores
- 2 guionistas
- 3 logística
- 2 actores contratados
- 1 chofer

Por su parte, Morocho (2020) sostiene que “este equipo a veces cambia porque se presentan más proyectos a futuro y se necesita de más personal para llevar a cabo este trabajo”.

4.3.4 Competencia

No es sorpresa que muchas empresas se han potenciado por crear productos audiovisuales y llegar a un público objetivo, que hoy en día se mantienen fielmente a su

contenido, más cuando se trata de historias de reflexión. Es así como se dará a conocer una de las empresas que se encuentra en Ecuador, específicamente en la ciudad de Zamora.

4.3.4.1 Ecuamedios

Es creadora de canales y difusión de contenidos para redes sociales, fue fundada el 8 de febrero de 2016 en Zamora, por su propietario Samuel Guamán.

De acuerdo a su página web ecuamedios.com (s.f.), comenzaron a generar productos con los requerimientos de los clientes, consiguiendo mil millones de reproducciones con respecto a su contenido y obteniendo más de 20 millones de seguidores en sus plataformas, tanto YouTube, Facebook e Instagram.

Asimismo, afirman que han sido modelo para proyectos multimedia para otras empresas. Es tanto el alcance que ha conseguido Ecuamedios, que cuentan con empresas en Loja y Guayaquil, enfocándose específicamente a satisfacer las exigencias de los mercados latinoamericanos y mundiales. Un objetivo final, se proyectan en abrir una productora en la ciudad de México, para potenciar la producción de series y largometrajes.

4.4 Perspectiva social sobre productos audiovisuales – videos de reflexión

La producción audiovisual es un arte, medio y espacio que posee un sin número de posibilidades, no solo enfocado en su lanzamiento y alcance que provoca en la audiencia, más bien en su ejecución. A decir verdad, García *et al.* (2020) con estas posibilidades que brinda el mundo audiovisual, se explora y continúa las narrativas de la historia y memoria para tener ese acercamiento con la realidad (p. 7).

Tal es el caso de los videos testimoniales, Fiminela (2020) sostiene que es una manera ideal para transmitir confianza en el consumidor, siendo el objetivo principal, lograr que el usuario se sienta parte de la historia (1 de octubre de 2020). Es lo mismo que ocurre con los videos de reflexión, a mucha gente le genera varias emociones y eso es evidente desde el punto de interacciones: ‘me gusta’, ‘me encanta’, ‘me importa’, ‘me divierte’, ‘me entristece’, ‘me enoja’, y no se diga de los comentarios, en donde expresan sus opiniones desde un lenguaje natural.

5. Metodología

Esta investigación presenta como objeto central, analizar la perspectiva social de los videos emitidos por la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’ en la ciudadanía de Zamora, en el periodo mayo, 2022. Para desarrollar el objetivo se utilizará una metodología de carácter mixta, con predominio en el enfoque cualitativo.

Metodología exploratoria

Se trata de una investigación que en un principio es superficial, no se adquiere de inmediato las conclusiones, sino que permite narrar los datos introductorios para interpretar las principales características del tema, precisar el problema e hipótesis a desarrollar (Arias, 2018, p.23).

En el mismo orden de ideas, la investigación exploratoria se centra en facilitar una aproximación del investigador con el objeto de estudio, para obtener una visión general sobre hechos peculiares o sobre lo que se tiene poca información, según Cabezas *et al.* (2018) mencionan que esta indagación emplea ante todo la observación y métodos cualitativos, que se los puede llevar con la elaboración de tablas para recabar con encuestas la población, entrevistas a expertos, revisión de literatura, grupo focal, etc. (p.68).

En este sentido, la metodología exploratoria es el primer paso para un acercamiento con el tema que se necesita investigar. Es por ello, que se hará fichas de observación para el seguimiento de los usuarios con su interactividad en los 10 videos más vistos de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’.

Por otro lado, las técnicas de encuesta y grupo focal, se enfocan en comprender lo que ocasionan los videos de reflexión en la vida, con las decisiones y acciones de los ciudadanos de Zamora.

Por último, las entrevistas que resultan indispensables para captar ciertas aristas con respecto a un enfoque interno y externo. En relación al enfoque interno se realizará una entrevista al gerente de la empresa Yoon Network para conocer desde su perspectiva el trabajo del equipo técnico y humano en cuanto a los videos de reflexión de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’, objetivos y demás datos necesarios. En cambio, el enfoque

externo es dedicado a los expertos en producción audiovisual para concretar ciertos conceptos y entender su perspectiva con el boom de los videos de reflexión en Facebook.

Metodología cualitativa

Los métodos de investigación cualitativa resultan importantes para adquirir información sobre las opiniones, creencias y valores de una sociedad en un tiempo neto, es decir, opiniones que la gente no dan a conocer en cualquier lugar y ante algún público (Piza *et al.*, 2019, pp. 455-456).

Al mismo tiempo, este método cualitativo permite recopilar y analizar datos no numéricos para entender pensamientos, apreciaciones o costumbres, inclusive experiencias vividas, sentimientos o acciones; para una comprensión de conceptos complejos, relaciones entre las personas o hechos culturales. Esto se lo emplea con herramientas como: entrevistas, grupos focales, observaciones, análisis de documentos e historias de la gente. (Ruiz, 2012, p. 23)

Técnica de observación

Esta técnica depende mucho del nivel en que el científico se acerque con dicha observación, Baena (2017) sostiene que existen 3 tipos de observación: *no regulada*, corresponde a una observación exploratoria con la información, recabando datos de diferentes documentos y es con o sin intervención; *participante*, aquí es más de organizar ideas y obtener indicios para el planeamiento más riguroso del problema e hipótesis, por supuesto siendo parte del público objetivo y *no participante*, “casi participante” porque de cierta manera hay que estar con el grupo de observación para conseguir lo que se necesita en la investigación. (pp. 70- 71)

Cabe señalar que se encuentra la *observación directa* que trata que el investigador se dirige a reunir la información sin estar cerca de su público objetivo, en cambio la *observación indirecta* si implica que se dirija al sujeto de estudio (Baena, 2017, p. 72).

Instrumento de Tabla de Observación

Este espacio se va precisar el primer objetivo específico que es analizar la interactividad de los usuarios consumidores del top 10 de videos más vistos de la página de

Facebook 'Un Escalón a la Vida'. En primer lugar, se realizará una tabla en donde se detalle los títulos de los 10 videos más vistos, número de reproducciones y visualizaciones.

Además, en una segunda tabla de observación, se destacará el título, descripción y mensaje de los 10 videos más virales. Luego, el número de reacciones, compartidos y comentarios. Seguidamente, el contexto de los comentarios (se escogerá 5 positivos y 5 negativos), tomando en cuenta si el comentario cuenta con varias reacciones, si tiene una respuesta o algún discurso importante; con el fin de captar el sentir, emoción o pensar del usuario ante dicho contenido.

Por último, se hará el análisis de dicha información, redactando de manera cuantitativa y cualitativa, asimismo de forma técnica ante la producción que manejan en cada video de reflexión y ver si cumple con el objetivo del mensaje que se da a conocer al final de cada historia.

Grupo Focal

A juzgar por Escobar *et al.* (2017) los grupos focales son una técnica de compilación de datos para lograr el objetivo principal desde las actitudes, opiniones, hábitos, emociones y acciones en los participantes; por medio de una entrevista grupal semiestructura con una temática de suma importancia para el entrevistador (2 de junio de 2017).

Cabe destacar que es importante tomar en cuenta que para llevar a cabo la realización de los grupos focales es necesario tener un proceso de planeación muy detallada que abarque la elección de los participantes, la preparación de los moderadores, la estrategia del procedimiento, la preparación del audio y video, etc. (Benavides, *et al.*, 2022, p. 172)

Instrumento el cuestionario

Nos sirve para preguntar respecto a sensaciones, opiniones, emociones, intereses, costumbres, acciones, todo lo que no es observable a simple vista, asimismo, las preguntas deben ser bien trabajadas, analizadas y claras para que los entrevistados las entiendan a primeras instancias (Baena, 2017, p. 79).

Este espacio se va precisar el tercer objetivo específico que es realizar un grupo focal con ciudadanos de Zamora y analizarlo, sobre la perspectiva que se tiene frente a los videos de reflexión. Para empezar, se realizará 5 preguntas a un determinado grupo de ciudadanos,

en este caso 4 mujeres y 4 hombres, para valorar de manera más amplia sus respuestas, desde la plataforma Zoom con un diálogo que permita entender que sienten y piensan respecto a los videos de reflexión, de manera general (otras empresas) y específico, solo la empresa Yoon Network que difunde videos de reflexión en la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’.

Entrevista

“La entrevista revela y glosa el significado de las materias centrales del mundo del entrevistado, porque el entrevistador reconoce y analiza el concepto de lo que expresa, y el estilo en que lo anuncia el entrevistado” (Díaz-Bravo, Torruco- García, et al., 2013, p.163).

No obstante, Taguenca y Vega (2012) señalan que existen 3 tipos de entrevistas, empezando por las *entrevistas estructurales o enfocadas* en donde se preparan las preguntas anticipadamente, con un orden y abarca opciones para que el entrevistado seleccione; *entrevistas semiestructuradas* se dan con preguntas programadas, pero se ajusta al entrevistado, ya sea para explicar términos o pedir que se aclare alguna duda que quedo suelta; *entrevistas no estructurales* son más abiertas y adaptables, se adapta al entrevistado y sus condiciones, ciertamente se utiliza durante la fase exploratoria del estudio para delinear herramientas de recolección de datos. (pp. 61- 62)

Instrumento el cuestionario – gerente

Este espacio se va precisar el cuarto objetivo específico que es realizar una entrevista y respectivo análisis al gerente de la empresa Yoon Network sobre su perspectiva frente a los videos que produce dicha productora. Es importante esta entrevista porque se da la oportunidad de entender desde la manera en que trabajan, sus objetivos, valores, motivaciones, como: empresa, equipo técnico y humano.

Sobre todo, con la entrevista además de obtener puntos fijos de la empresa, también es necesario para conocer sobre la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’.

Instrumento el cuestionario – expertos

En cambio, en el quinto objetivo específico se va a realizar 2 entrevistas y sus respectivos análisis a expertos en producción audiovisual sobre su perspectiva que tienen frente a la industria audiovisual de manera general y los videos de la página de Facebook ‘Un

Escalón a la Vida'. Fundamentalmente, los expertos permitirán obtener esa visión más amplia para comprender el movimiento de las productoras audiovisuales actualmente y el valor que dedican a sus contenidos difundidos en varias plataformas, pero en especial Facebook.

Metodología cuantitativa

De acuerdo a Alan *et al.* (2018) la investigación cuantitativa se enfoca en vertientes observables para detallar o explicar los fenómenos sociales, asimismo, se utiliza la estadística para la evaluación de los datos, pero no se profundiza en aspectos de la mente humana. Para precisar, este estudio se lleva de la mano con técnicas cuantitativas, como: encuestas o cuestionarios, experimentos, observaciones y selección de documentos. (p. 74)

Además, hay que tener en cuenta que se debe seleccionar al grupo objetivo apropiado, Fernández y Baptista (2014) menciona que: “al escoger a las personas de prueba, se debe comprobar que cumplan con las opiniones anticipadamente definidas para conseguir resultados claros”. (pp. 5-6)

Encuesta

Esta técnica funciona para recopilar información fundamental de un grupo de interés, por lo cual con sus contestaciones permitirán analizar, comprender y obtener una perspectiva que colabore a tomar decisiones, formar algún método o realizar una actividad concreta (Katz, et al., 2019, p. 2).

Por otro lado, la encuesta radica en un conjunto prediseñado de preguntas ordenadas, dirigidas a un grupo de individuos, para conocer sus opiniones o panorama en cuanto a una problemática, López y Fachelli (2015) destaca que existen dos tipos de encuestas, tales como, *encuesta abierta* que se trata de responder a las preguntas de manera abierta, con sus palabras y en cambio, *encuestas cerradas* se le da un conjunto de probables respuestas para que elija a su elección, por ejemplo: sí o no (pp. 9-11).

Instrumento de la encuesta

Este segundo objetivo específico se desarrollará por medio de una encuesta y analizar los resultados sobre la perspectiva que la ciudadanía de Zamora tiene frente a los videos de la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida'. Ahora bien, con esta encuesta permitirá comprender el alcance que ha tenido este contenido en la gente, desde una evaluación de sus

respuestas en donde se resaltarán sus emociones, pensamientos y factores positivos –negativos (comentarios).

Fórmula

El cantón Zamora tiene alrededor de 30,391 habitantes, conforme a las proyecciones efectuadas en el censo 2010, según al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) del Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Zamora, periodo (2019 – 2023). A partir de la que se extrae la muestra en base a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{4 \times p \times q \times N}{2.5 (N - 1) + 4 \times p \times q}$$

Explicación:

n: tamaño de la muestra

o: nivel de confianza

N: población bajo estudio

p: probabilidad de que ocurra el evento estudiado 50%

q: probabilidad de que no ocurra en evento estudiado 50%

E: margen de error 5%

$$n = \frac{4 \times 50 \times 50 \times 30.391}{2.5 (30.391 - 1) + 4 \times 50 \times 50}$$

$$n = \frac{30\,3910}{77\,4775 + 10\,000}$$

$$n = \frac{30\,3910}{78\,4775}$$

$$n = 0.387$$

$$n = \mathbf{387}$$

Por lo tanto, la muestra es de 387, sin embargo, se estableció quedarse con una cantidad cerrada de **400 personas a encuestar**.

6. Resultados

Objetivo 1.

- *Analizar la interactividad de los usuarios consumidores del top 10 de videos más vistos de la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida'.*

Este primer objetivo se llevó por medio de la metodología cualitativa, siendo un método óptimo para recabar y analizar información, basada en las observaciones de los comportamientos, según Cortez y Escudero (2018) el propósito es la descripción de las características de las situaciones que se dan en un determinado tiempo (p. 22). Además, se lo empleó con la herramienta de fichas de observación, desde indagación de la información de un espacio determinado y así, luego se desglosó detalles importantes por medio de tablas.

En este objetivo se utilizó la técnica de observación e instrumento de la ficha de observación. Se realizaron dos fichas de observación, la primera ficha de observación se destacó el **top 10 de los videos más vistos** en la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida', tomando en cuenta el título con su respectivo link, número de visualizaciones (mayor al menor) y número de duración. Seguidamente, en la segunda ficha de observación se resaltó el título, descripción y mensaje de los 10 videos más reproducidos, luego en el otro tablero se destacó el número de reacciones, compartidos y comentarios, más adelante está la **Revisión de los comentarios** en donde se seleccionó 5 comentarios positivos y 5 negativos. Por último, está el casillero en donde se hace análisis: *cuantitativo* (número de reproducciones, duración, reacciones, compartidas y comentarios), *cualitativo* de los 10 comentarios, otro párrafo en donde se comprobó si cada video cumple o no con el mensaje de la historia, y uno párrafo más de las falencias en el aspecto técnico del producto audiovisual.

En la ficha 1 muestra el top 10 de los videos más reproducidos en la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida'. Se realizó un arduo análisis de los videos más vistos por los usuarios desde el 24 de abril de 2021 hasta el 21 de mayo de 2022, contrastando lo siguiente, en el número 1 publicado el 3 de febrero de 2022, con 48,5 millones de reproducciones - ***Novia sorprende a su novio infiel el día de su boda*** – con una duración de 7 minutos y 38 segundos, resalta el tema de la **infidelidad**. El número 2 publicado el 10 de diciembre de 2021, con 35 millones de reproducciones - ***Niño llegaba sin su lunch a la escuela, sus razones te sorprenderán*** – con una duración de 11 minutos y 51 segundos,

enfoca el tema **compartir con el prójimo**. Número 3 publicado el 13 de enero de 2022, con 34,5 millones de reproducciones - *MIRA lo que hizo esta MUJER INFIEL después de que su MARIDO perdiera la vista* – con una duración de 18 minutos y 6 segundos, se destaca el tema de la **avaricia e infidelidad**. Número 4 publicado el 7 de marzo de 2022, con 33 millones de reproducciones, *Lo MENOSPREGIABAN por ser especial hasta que se llevaron esta sorpresa* – con una duración de 9 minutos y 8 segundos, recalando el tema de **humillación a una persona discapacitada**. En la parte media está el video publicado el 25 de junio de 2021, con 18 millones de reproducciones - *ARRIESGÓ su trabajo por dar de comer a una MENDIGA, no vas a creer lo que pasa* – con una duración de 8 minutos y 50 segundos, enfocando el tema de **actuar bien con los demás sin importar su apariencia**. Número 6 publicado el 8 de noviembre de 2021, con 16,6 millones de reproducciones - *Padre quiere más a su hijastra que a sus propios hijos* – con una duración de 11 minutos y 26 segundos, resaltando el tema del **amor de los padres, tanto para hijos propios y ajenos**. Número 7 publicado el 21 mayo de 2022, con 13,5 millones de reproducciones - *Les presentó a su prometida y su empleada le hizo la vida imposible* – con una duración de 15 minutos y 40 segundos, haciendo hincapié en el tema de **confiar más en la verdad de tu familia que en puras habladurías de la gente**. Número 8 publicado el 24 de abril de 2021, con 12,8 millones de reproducciones - *INCREÍBLE como un padre abandona a su hija* – con una duración de 8 minutos y 22 segundos, guiado al tema de **no abandonar a tus hijos por padecer alguna discapacidad**. Número 9 publicado el 1 de septiembre de 2021, con 11,8 millones de reproducciones - *ABANDONÓ a su hija por el amor de un hombre sin saber que le pasaría esto* – con una duración de 14 minutos y 8 segundos, apuntando al tema de **no abandonar a tus hijos por estar con tu pareja**. Por último, en el puesto número 10, se encuentra el video publicado el 15 de abril de 2022, con 11,2 millones de reproducciones - *Expuso la infidelidad de su esposo frente a su amante* – con una duración de 5 minutos y 31 segundos, recalando el tema de la **infidelidad**.

FICHA 1: Top 10 de los videos más reproducidos en la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’

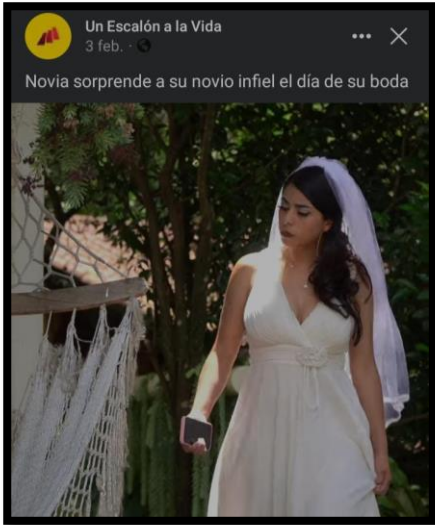
‘UN ESCALÓN A LA VIDA’			
Top 10	Título (link)	Nº Visualización	Nº Duración
Nº1	Novia sorprende a su novio infiel el día de su boda (https://fb.watch/dXaYTTtU00/)	48,5 millones	7:38
Nº2	Niño llegaba sin su lunch a la escuela, sus razones te sorprenderán (https://fb.watch/dXb4lqkb9u/)	35 millones	11:51
Nº3	MIRA lo que hizo esta MUJER INFIEL después de que su MARIDO perdiera la vista (https://fb.watch/dXbbOmaMN5/)	34,5 millones	18:06
Nº4	Lo MENOSPRECIABAN por ser especial hasta que se llevaron esta sorpresa (https://fb.watch/dXbDoTyF1q/)	33 millones	9:08
Nº5	ARRIESGÓ su trabajo por dar de comer a una MENDIGA, no vas a creer lo que pasa (https://fb.watch/dXbPqWU_1E/)	18 millones	8:50
Nº6	Padre quiere más a su hijastra que a sus propios hijos (https://fb.watch/dXb_xt_ThU/)	16,6 millones	11:26
Nº7	Les presentó a su prometida y su empleada le hizo la vida imposible (https://fb.watch/dXctUFY9Vv/)	13,5 millones	15:40
Nº8	INCREÍBLE como un padre abandona a su hija (https://fb.watch/dXd0JINaBF/)	12,8 millones	8:22
Nº9	ABANDONÓ a su hija por el amor de un hombre sin saber que le pasaría esto (https://fb.watch/dXdaCuErew/)	11,8 millones	14:08
Nº10	Expuso la infidelidad de su esposo frente a su amante (https://fb.watch/dXdiV0FJe2/)	11,2 millones	5:31

Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Fuente: Un Escalón a la Vida (Facebook)

En la ficha 2 se observa el análisis del top 10 de los videos más reproducidos en la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’. Se dividió por diferentes segmentos para ir desglosando cada aspecto de los 10 videos seleccionados, desde su título, descripción de la historia y mensaje. Posteriormente, el número de reacciones (me gusta, me encanta, me importa, me divierte, me entristece, me asombra, me enoja), número de compartidos y comentarios. Luego, se encuentra la **Revisión de los comentarios**, señalando 5 comentarios positivos y negativos, tomando en cuenta 3 características principales: el comentario que tenga más reacciones, el comentario que tenga más comentarios en el mismo y el comentario que tenga un discurso importante por analizar. Para finalizar están 4 análisis, el primero consta de un párrafo cuantitativo de los resultados que se han obtenido al observar cada top 10 de los videos, después otro párrafo con un análisis cualitativo de los 5 comentarios positivos y negativos, examinando de forma general en lo que abarca cada comentario; **positivos** (enfocados a la temática del video de reflexión) y **negativos** (enfocándose en otros aspectos, tantos técnicos o fuera de la temática). También se describió un párrafo para ver si los comentarios en su mayoría cumplían con el mensaje de la historia y para concluir un párrafo detallando los errores técnicos que ha tenido la productora al momento de dirigir y lanzar el producto audiovisual final.

FICHA 2: Análisis del top 10 de los videos más reproducidos en la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’

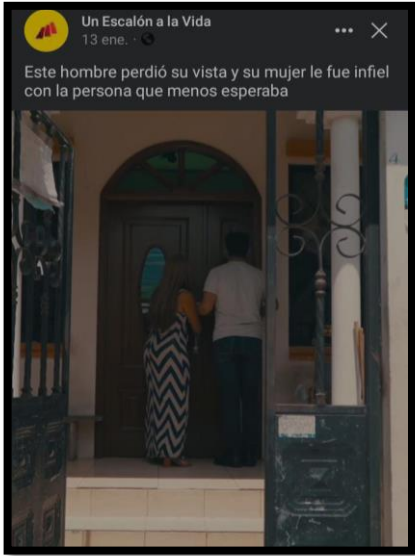
VÍDEOS MÁS VIRALES									
Top 10	Título	Descripción					Mensaje		
N° 1	Novia sorprende a su novio infiel el día de su boda.						<p>Es una historia en donde la novia desenmascara el día de su boda a su novio, frente a sus amigos y familiares, por haber tenido una relación de 6 meses con su prima y que lo único que buscaba era quedarse con todo el dinero de su prometida.</p> <p>No hay energía peor usada que sostener una mentira o insistir en un error. Hay personas que por no admitir que se han equivocado, viven equivocadas y por mostrarse fuertes viven su fuerza.</p>		
	N° Reacciones							N° compartidos	N° Comentarios
	Me gusta	Me encanta	Me importa	Me divierte	Me entristece	Me asombra	Me enoja		
	465 mil	24 mil	3,3 mil	5,6 mil	2,9 mil	5,2 mil	5 mil	33, 4 mil	8,5 mil
	REVISIÓN DE COMENTARIOS								
Positivos (5)					Negativos (5)				
La novia actuó en su debido momento. Admiro esa valentía para afrontar a los dos.					Y por arte de magia se le secó la ropa al infiel y ni mancha quedó en la camisa, ni en el saco, debería pasar la receta para limpiar mi ropa también.				
Cambio oro por cobre una mala decisión. ¿Ustedes qué harían en ese caso?					¡Qué ridículo video! La novia sabía que él le era infiel y ¿quería tener relaciones momentos antes de la ceremonia?				

Lo bueno es que no se casó con el infiel, él no iba a cambiar.	Es un video tan tonto. La verdad no me parece que publiquen un video sin voz.
¡Magnífico! se lo merecían los dos, la infidelidad no es nada bueno. Engañar a su pareja no es bueno, trae destrucción en el hogar. La mentira no es buena.	¿Qué hacía la novia con un reloj de plástico y unos aros gigantes? Ojo con el vestuario, es muy importante en una dramatización.
A mí me pasó lo mismo, me hizo recordar mi historia.	Tanta basura, tantos videos de mentiras, vulgaridades. Es triste y lo peor es que hay quienes creen que estas cosas son ciertas.
ANÁLISIS	
<ul style="list-style-type: none"> • Este tipo de contenido genera en la gente un gran número de visualizaciones (48,5 millones), con una duración de 7 minutos y 38 segundos. Además, con un gran número de reacciones, siendo “me gusta” la mayor opción ante dicha historia, con un total de 465 mil, seguidamente de “me encanta” con 24 mil; “me divierte” con 5,6 mil; “me asombra” con 5,2 mil; “me enoja” con 5 mil; “me importa” con 3,3 mil y por último “me entristece con 2,9 mil. En cuanto al número de compartidos se alcanzó 33,4 mil y con respecto a sus comentarios 8,5 mil. • Por otra parte, al tomar en cuenta la revisión de los comentarios en la parte positiva se ha destacado el tema de la infidelidad en donde la mayoría de los usuarios da a conocer que es el peor error que se le puede hacer a su pareja y algunos comentan que es tan similar a su vida porque han pasado por esa situación - <i>toda esta información es positiva porque la gente se está identificando con la historia</i>. En cambio, en el lado negativo los usuarios se sienten indignados por errores que se presentan al momento de la grabación tanto en el vestuario como en el sonido, también la mala actuación de los actores y el rechazo con este tipo de temáticas - <i>toda esta información es negativa porque la gente se sale de contexto y busca contestación ante falencias que la productora audiovisual no ha tomado en cuenta</i>. • Sobre todo, resaltando el mensaje de la historia en parte sí se cumple con lo cometido porque la gente da a conocer su frustración con el actuar de las personas ante las mentiras y como se mantenían firmes ante su falta de responsabilidad, sin 	

	<p>embargo, hay una discusión con otros usuarios porque no les parece que esta historia sea real, por algunos factores, tales como la vestimenta y acciones de los actores.</p> <ul style="list-style-type: none"> Mientras tanto, al hablar del ámbito técnico de las grabaciones de los vídeos de reflexión, se han destacado algunos desaciertos que se han observado, tales como: el formato que utilizan para Facebook ocasiona que en ciertas partes los actores queden recortados por la mitad, no toman en cuenta la ley de miradas, existe mucho espacio en el techo, cambios de colores muy bruscos de fríos a cálidos (contraluz), desenfoque al hacer un tilt up de los novios (movimiento innecesario, no aporta al contexto). 		
<p>Nº 2</p>	<p>Título</p>	<p>Descripción</p>	<p>Mensaje</p>
	<p>Niño llegaba sin su lunch a la escuela, sus razones te sorprenderán</p>	<div data-bbox="663 646 1094 1187" data-label="Image"> </div> <p>Esta historia se desarrolla en época de Navidad, en donde se refleja la solidaridad de Juan al compartir su lunch con alguien necesitado. La profesora del infante se preocupaba porque veía a Juan que en los recesos se quedaba en el aula, hasta que decidió comunicarse con la madre del niño para seguirlo y se conmovieron al darse cuenta que cada día el niño antes de llegar a la escuela se dirigía a ver a su amiga que no tenía ni hogar ni familia y le compartía su lunch. Luego, la profesora se encargó de cuidar a la niña</p>	<p>Navidad se acerca, debemos reflexionar sobre lo bueno que hemos hecho con la mano en el corazón, llevemos amor y esperanza a quienes no lo tienen. Que esta Navidad sea diferente a las anteriores, sembremos buenas obras y cosechemos felicidad.</p>

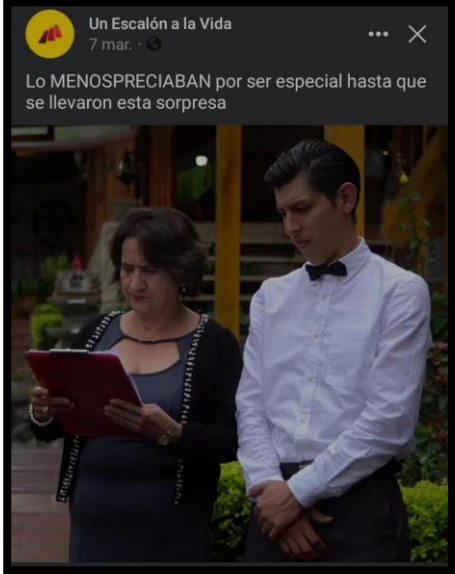
	como si fuera su propia hija. Por último, la historia concluye con una cena de Navidad.							
Nº Reacciones							Nº compartidos	Nº Comentarios
Me gusta	Me encanta	Me importa	Me divierte	Me entristece	Me asombra	Me enoja		
759 mil	349 mil	53 mil	5,6 mil	253 mil	9,1 mil	4,6 mil	139,3 mil	20 mil
REVISIÓN DE COMENTARIOS								
Positivos (5)				Negativos (5)				
Los que reaccionaron al video de mala manera les ira mal, porque es muy linda la reflexión. Hay que ayudar a los demás, no enojarnos ni reírnos. Hay personas que necesitan ayuda y los tenemos que apoyar.				Mucha humildad, me brillan los ojooooooooos jajaja.				
Gracias por tan bonito mensaje. Me hizo llorar mucho y valorar la mejor herencia que me dejaron mis papás, mis hermanos y mis amigos que se volvieron familia con el tiempo.				Lo mejor es la maestra, yo también quiero una para todo momento. Lástima que es tan falsa la historia.				
Que hermoso es ayudar con el corazón y no esperar nada a cambio. Felicidades a todas las personas que ayudan.				Se nota que es actuación porque no se recoge a un niño y se lo lleva a casa y ya es su hijo, eso es secuestro. Aunque uno quiera darle lo mejor. Por eso muchas personas no pueden adoptar por los papeles que solicitan. Si fuera así muchos niños tendrían un hogar para vivir tranquilos y felices.				
Los niños tienen una facilidad para enseñarnos tantas lecciones, porque son de corazón puro, pero desgraciadamente somos los adultos los que a veces hacemos que esa forma de vivir cambie. Tengo 2 niños en primaria, una en 3º y el otro en 1º y cuando				La maestra está buena digo, digo qué buena es la maestra.				

<p>alguien de su salón no lleva comida, ellos siempre les comparten para que no se queden sin alimento, yo creo que a los hijos siempre hay que inculcarles la empatía por los demás.</p>	
<p>Hermoso gesto, me recordó a mis hijitos cuando iban a clases presenciales, compartían lo poco que les podía dar para su lunch.</p>	<p>Todos hablando del bonito gesto del niño y yo me enamoré de la profesora.</p>
<p>ANÁLISIS</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Este tipo de contenido genera en la gente un gran número de visualizaciones (35 millones), con una duración de 11 minutos y 51 segundos. Además, con un gran número de reacciones, siendo “me gusta” la mayor opción ante dicha historia, con un total de 759 mil, seguidamente de “me encanta” con 349 mil; “me entristece” con 253 mil; “me importa” con 53 mil; “me asombra” con 9,1 mil; “me divierte” con 5,6 mil y por último “me enoja” con 4,6 mil. En cuanto al número de compartidos se alcanzó 139,3 mil y con respecto a sus comentarios 20 mil. • Por otra parte, al tomar en cuenta la revisión de los comentarios en la parte positiva se ha destacado el tema de compartir con los más necesitados sin esperar nada a cambio, también las vivencias de algunas personas que han pasado por algo similar en sus tiempos de niñez o con sus hijos, asimismo mensajes que dan a conocer que cada día se aprende de los niños - <i>toda esta información es positiva porque la gente se está identificando con la historia.</i> En cambio, en el lado negativo los usuarios solo se centran en el físico y acción de la maestra, al igual refutan que es poco creíble que una persona pueda adoptar tan rápido y además hay sarcasmo al decir que les ha llegado la historia, agregando (jajaja) al final del texto- <i>toda esta información es negativa porque la gente se sale de contexto al fijarse en un personaje sin tomar en cuenta el hilo de la historia, discuten ante situaciones legales y se mofan del contenido.</i> • Sobre todo, resaltando el mensaje de la historia en parte sí se cumple con lo cometido porque la gente piensa que es importante compartir con los demás y se sienten parte de la historia porque han pasado o vivido algo similar. No obstante, 	

	<p>hay algunos comentarios en donde los usuarios solo se enfocan en otros aspectos, ya sea por el físico de la licenciada y el vacío ante situaciones de adopción, por lo que creen que ese asunto tarda y en las historias lo hacen ver tan fácil.</p> <ul style="list-style-type: none"> Mientras tanto, al hablar del ámbito técnico de las grabaciones de los vídeos de reflexión, se han destacado algunos desaciertos que se han observado, tales como: el formato que utilizan para Facebook ocasiona que en ciertas partes los actores queden recortados por la mitad, no toman en cuenta la ley de miradas, existe mucho espacio en el techo, los paneos con el estabilizador se tornan agresivos (muy acelerados), algunos planos que se realizan en un aula salen oscuros por el contraluz; sería necesario luces artificiales. 		
<p>Nº 3</p>	<p>Título</p> <p>MIRA lo que hizo esta MUJER INFIEL después de que su MARIDO perdiera la vista</p>	<p>Descripción</p>  <p>Esta historia trata de José que al caerse de una silla y golpearse la cabeza queda ciego. Su mujer le obliga a vender dulces en la calle, mientras ella aprovecha ese tiempo para estar con el primo de José.</p> <p>Un día este pobre hombre se encuentra con un amigo y esta persona le ayuda a contactarse con un especialista en oftalmología, y poco a poco logra recuperar la vista. El día que le iba a dar José la buena noticia a su mujer, ella llega con su amante y frente a él empiezan acostarse.</p>	<p>Mensaje</p> <p>No escojas a tu pareja por dinero, escoge a una persona trabajadora y con principios, que te ayude a construir un futuro juntos porque el dinero va y viene, pero la lealtad jamás.</p>

	José decide abandonar a su pareja, pero ella le cuenta que está cansada y que se va en busca del primo, pero él no quiere nada. Su mujer trata de arreglar las cosas con José, pero él ya ha tomado una decisión, vender la casa e irse lejos. Ella se queda desamparada y sola.								
Nº Reacciones								Nº compartidos	Nº Comentarios
Me gusta	Me encanta	Me importa	Me divierte	Me entristece	Me asombra	Me enoja			
24 mil	2,6 mil	336	370	735	428	581	3,2 mil	294	
REVISIÓN DE COMENTARIOS									
Positivos (5)					Negativos (5)				
No saben lo que tienen hasta que lo ven perdido					Mal actor para dramatizar, siendo ciego y al recuperar la vista, lo primero es dar gracias a Dios, pero él piensa en vengarse. Muy mala actuación.				
Personas así no valen la pena, pero todo tiene su castigo en su debido tiempo.					Qué pena que le pongan a la mujer de muy fácil, el primo sólo le dijo vamos al mejor restaurante y a comprar ropa, y la otra ya se acostó. Sinceramente, debe haber mujeres así en la vida real, no lo sé, pero que mal que las hacen quedar a todas de fáciles, pero yo tengo la culpa de ver tonterías.				
Mujer que trabaja y se respeta no deja que nadie le llene los ojos con tonterías y está con su esposo en las buenas y malas.					Creo que es ciego, no sordo. Entonces ¿por qué gritan hablando?				
Esa mujer se merecía eso y mucho más. Dios ve lo que hacemos y castiga en lo que más queremos, por eso hay que actuar con dignidad y con principios.					Ni la Rosa de Guadalupe es tan fingido como esto.				

<p>La infidelidad siempre se paga tarde o temprano, por eso aprendamos a valorar a las personas que nos aman de verdad.</p>	<p>Será un mensaje el que expresen, pero ya se les hizo fácil y común presentarse en ropa interior o semidesnudos en esta clase de videos. Tan solo omitan esas escenas. Gracias.</p>
<p>ANÁLISIS</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Este tipo de contenido genera en la gente un gran número de visualizaciones (34, 5 millones), con una duración de 18 minutos y 6 segundos. Además, con un gran número de reacciones, siendo “me entristece” la mayor opción ante dicha historia, con un total de 735 mil, seguidamente de “me enoja” con 581 mil; “me asombra” con 428 mil; “me divierte” con 370 mil; “me importa” con 336 mil; “me gusta” con 24 mil y por último “me encanta” con 2,6 mil. En cuanto al número de compartidos se alcanzó 3,2 mil y con respecto a sus comentarios 294. • Por otra parte, al tomar en cuenta la revisión de los comentarios en la parte positiva se ha destacado el tema de los valores en la pareja, también la importancia que debe darse una mujer para no depender de nadie y no engañar a su esposo con ningún familiar del mismo, porque tarde o temprano las consecuencias se pagan ante la voluntad de Dios - <i>toda esta información es positiva porque a la gente le ha llegado el mensaje de la historia</i>. En cambio, en el lado negativo los usuarios discuten el tema de exhibir a la mujer como una fácil u objeto sexual y sobre todo por las escenas en donde la vestimenta no es adecuada, por el morbo que ocasiona. Además, se menciona la mala actuación haciendo alusión a las producciones de la Rosa de Guadalupe- <i>toda esta información es negativa porque la gente se sale de contexto, al considerar que no obtienen nada bueno de estas producciones audiovisuales</i>. • Sobre todo, resaltando el mensaje de la historia en parte sí se cumple con lo cometido porque la gente piensa que es importante respetar y valorar a tu pareja a pesar de los momentos difíciles. No obstante, hay algunos comentarios en donde los usuarios discuten la mala imagen que crean en las mujeres y por la poca ética ante este tipo de contenidos, haciendo alusión a una comparación con las producciones de la Rosa de Guadalupe con respecto a la sobreactuación. 	

	<ul style="list-style-type: none"> Mientras tanto, al hablar del ámbito técnico de las grabaciones de los vídeos de reflexión, se han destacado algunos desaciertos que se han observado, tales como: el formato que utilizan para Facebook ocasiona que en ciertas partes los actores queden recortados por la mitad, desenfoque de los actores en algunos planos medios, un error mayor (el reflejo del camarógrafo y el boom en una ventana). 		
<p>Nº 4</p>	Título	Descripción	Mensaje
	<p>Lo MENOSPRESIABAN por ser especial hasta que se llevaron esta sorpresa</p>	 <p>El contexto de la historia está envuelto en un drama, el personal y gerente de un restaurante tratan mal a un minusválido. Primero, por no contar con el protocolo de vestimenta, por estar con deportivos y no con zapatos de cuero. Segundo, por pedir una orden y comentarle que es alérgico al tomate, pero el mesero se enoja y dice que no le importa. Tercero, cuando el mesero da más importancia al comentario de otra clienta y culpa al hombre sin tener nada que ver. Sin embargo, todo fue un plan, en realidad el señor era un periodista y crítico gastronómico, disfrazado de un discapacitado para conocer como es</p>	<p>Humillar a personas con discapacidad, no te hará más fuerte ni superior, solo demuestras la pobreza de tu alma. Recuerda que la única discapacidad en la vida es una mala actitud.</p>

		el trato en ese lugar, dejándolos en aprietos por la crítica que hará en su publicación ante dicha situación.						
Nº Reacciones							Nº compartidos	Nº Comentarios
Me gusta	Me encanta	Me importa	Me divierte	Me entristece	Me asombra	Me enoja		
389 mil	13 mil	2,9 mil	8,3 mil	46 mil	22 mil	11 mil	79, 2 mil	10 mil
REVISIÓN DE COMENTARIOS								
Positivos (5)					Negativos (5)			
Jamás menosprecies a una persona y menos por su condición, yo jamás lo haría. ¿Quién más piensa igual?					Esta historia es ridícula no tiene gracia porque en ningún sitio te tratan así, después que uno pagué te tratan bien donde sea.			
Muy buena lección para las personas que califican a otras personas por su apariencia. Ese local merece que lo clausuren y los empleados vayan a la calle. Hay muchas personas que quieren tener un local para atender hasta el perro, junto con sus dueños.					Este tipo de videos crea resentimiento, cuando deberíamos promover paz en tiempos tan difíciles.			
Esas personas ni siquiera deberían tener trato con el público, son racistas e inhumanos de corazón duro, ojalá todos reciban su lección.					Creo que el video es bastante sobreactuado y nada que ver con la realidad.			
Por el amor de Dios, hay que tratar a las personas con discapacidad, incluso, con más amabilidad que a cualquiera. Lamentablemente así estamos en el mundo.					¡Guao! ya la gente no quiere escribir esa misma historia, porque ya la he visto varias veces, con otras personas. Los escritores tienen que tener más creatividad.			
Muy merecido, la vida es tan impredecible que quien sabe si algún día uno de nosotros puede estar en una situación similar					Me llama la atención que estas historias se repitan en varios sitios, pero con distintos actores. Lo malo es que exageran demasiado,			


o alguien muy cercano a nosotros y no nos gustaría que lo maltraten.

asimismo, lo negativo de la historia es que la moraleja tiende a diluirse.

ANÁLISIS

- Este tipo de contenido genera en la gente un gran número de visualizaciones (33 millones), con una duración de 9 minutos y 8 segundos. Además, con un gran número de reacciones, siendo “me gusta” la mayor opción ante dicha historia, con un total de 389 mil, seguidamente de “me entristece” con 46 mil; “me asombra” con 22 mil; “me encanta” con 13 mil; “me enoja” con 11 mil; “me divierte” con 8,3 mil y por último “me importa” con 2,9 mil. En cuanto al número de compartidos se alcanzó 79,2 mil y con respecto a sus comentarios 10 mil.
- Por otra parte, al tomar en cuenta la revisión de los comentarios en la parte positiva se ha destacado el tema de tratar a los demás como quisiéramos que nos traten, del mismo modo algunas personas opinan que es injusto que no se respete a los minusválidos y que la gente que tiene este tipo de negocios sean más conscientes ya que todos merecen el mismo trato- ***toda esta información es positiva porque a la gente le ha llegado el mensaje de la historia.*** En cambio, en el lado negativo los usuarios opinan que este tipo de historias ya la han visto en más de una ocasión, pero con distintos actores y que se sienten cansados de este contenido porque ya no existe creatividad, y generan mucho resentimiento en vez de paz en la sociedad - ***toda esta información es negativa porque la gente se sale de contexto al dar a conocer que este tipo de contenido se torna aburrido y produce emociones negativas en la gente.***
- Sobre todo, resaltando el mensaje de la historia en parte sí se cumple con lo cometido porque la gente piensa que es importante tratar bien a las personas que tienen alguna discapacidad. No obstante, hay algunos comentarios en donde los usuarios piensan que este contenido ya se torna aburrido porque lo han visto en más de una ocasión y crean malas emociones en la sociedad.

- Mientras tanto, al hablar del ámbito técnico de las grabaciones de los vídeos de reflexión, se han destacado algunos desaciertos que se han observado, tales como: el formato que utilizan para Facebook ocasiona que en ciertas partes los actores queden recortados por la mitad, no toman en cuenta la ley de miradas.

	Título	Descripción							Mensaje			
Nº 5	ARRIESGÓ su trabajo por dar de comer a una MENDIGA, no vas a creer lo que pasa	<p>Toda esta historia se lleva a cabo en una hostería en donde llegó una mendiga y es tratada mal por un mesero, pero en cambio otro mesero la trata como una clienta más, hasta paga su cuenta. A pesar que el mesero bueno tiene problemas con su supervisor por la acción que realizó, luego de unos días tiene una reunión con la gerente y para su sorpresa es la misma mujer que ayudó, y como recompensa es ascendido de cargo por haberla tratado bien, sin importar su apariencia.</p> <div data-bbox="676 462 1129 1036" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;">  </div>							No temas en compartir todo lo bueno que hay dentro de ti, porque esa bondad se multiplicará. Nunca te canses de ayudar y hacer el bien a los demás, porque ten por seguro que todo te será devuelto.			
		Nº Reacciones									Nº compartidos	Nº Comentarios
		Me gusta	Me encanta	Me importa	Me divierte	Me entristece	Me asombra	Me enoja				
		405 mil	120 mil	13 mil	1,6 mil	73 mil	4 mil	3,1 mil			114,8 mil	6,9 mil
REVISIÓN DE COMENTARIOS												

	Positivos (5)	Negativos (5)
	Nunca te canses de ayudar a los demás porque todo te irá bien la vida, tanto personal, profesional y familiar.	Eso está bien, pero podría comer con los cubiertos por lo menos y haberse ido a lavarse las manos.
	Hay un dicho que dice haz el bien sin mirar a quien. Siempre hay que ayudar a todos porque todos somos iguales a los ojos de Dios y no esperamos una recompensa, porque Dios nos la tiene en el cielo.	Me gustó mucho, me hubiese gustado ver la cara de los otros dos, cuando supieron lo de su ascenso en el trabajo.
	Todos tenemos y podemos compartir con los más pobres. Mostrarse humilde con las personas necesitadas no te hace menos. Al contrario, te hace una gran persona y recuerden que él que no vive para servir, no sirve para vivir.	El muchacho que ofendió a la mujer parece ser un gay.
	No te dejes llevar por las apariencias, nunca juzgues a un libro por su portada.	Hubieran puesto una anciana porque esa mendiga esta joven, ella si puede trabajar. Sé que son actores, pero sería mejor.
	Bonita reflexión para todos, debemos tratar a los demás con amor y respeto.	Muy buen vídeo y representación, pero no estoy de acuerdo con el mensaje que están transmitiendo. Nosotros debemos ayudar de todo corazón, por buena voluntad y no esperando que algún día seremos recompensados, eso nos hace personas que actuamos por interés, esperando que Dios o la vida nos devuelva lo que un día hicimos y no siempre será así. Lo importante es siempre hacer el bien sin esperar NADA a cambio.

ANÁLISIS

- Este tipo de contenido genera en la gente un gran número de visualizaciones (18 millones), con una duración de 8 minutos y 50 segundos. Además, con un gran número de reacciones, siendo “me gusta” la mayor opción ante dicha historia, con un total de 405 mil, seguidamente de “me encanta” con 120 mil; “me entristece” con 73 mil; “me importa” con 13 mil; “me asombra” con 4 mil; “me enoja” con 3,1 mil y por último “me divierte” con 1,6 mil. En cuanto al número de compartidos se alcanzó 114,8 mil y con respecto a sus comentarios 6,9 mil.
- Por otra parte, al tomar en cuenta la revisión de los comentarios en la parte positiva se ha destacado el tema de compartir con las personas que más lo necesitan sin importar su apariencia, igualmente los usuarios opinan que es importante difundir valores en este tipo de situaciones para ser una mejor persona - ***toda esta información es positiva porque a la gente le ha llegado el mensaje de la historia.*** En cambio, en el lado negativo los usuarios consideran que algunas acciones en la representación de los actores estuvieron mal, asimismo que faltó más contexto en la historia, también que uno de los meseros tiene apariencia de gay y que estos videos no sirven para enseñar valores tan obvios, como el respeto y solidaridad - ***toda esta información es negativa porque la gente se sale de contexto al comentar la apariencia de uno de los actores, refiriéndose como gay y también al rechazar la temática por algunos factores negativos que se han presentado en la grabación.***
- Sobre todo, resaltando el mensaje de la historia en parte sí se cumple con lo cometido porque la gente piensa que es bueno ayudar a los más necesitados sin esperar nada a cambio. No obstante, hay algunos comentarios en donde los usuarios solo se enfocan en la actuación de los actores calificando como mala, también la falta de contexto con ciertas escenas y que el mensaje que quieren dar estas historias no sirve para nada.
- Mientras tanto, al hablar del ámbito técnico de las grabaciones de los vídeos de reflexión, se han destacado algunos desaciertos que se han observado, tales como: existe mucho espacio en el techo.

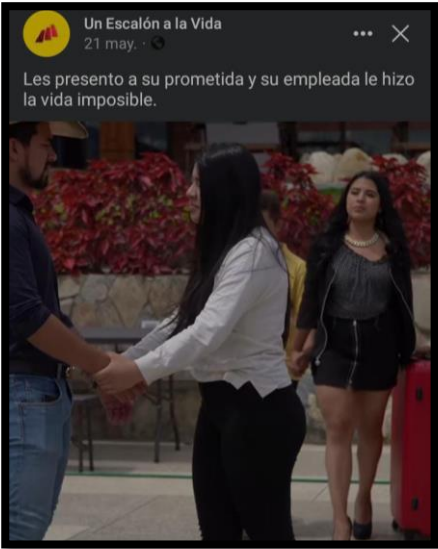
	Título	Descripción	Mensaje
<p>Nº 6</p>	<p>Padre quiere más a su hijastra que a sus propios hijos</p>	<div data-bbox="676 285 1152 883" data-label="Image"> </div> <p>En esta historia se resalta la preferencia de un padre por su hijastra, en vez de sus propios hijos.</p> <p>En el día del cumpleaños de su hijastra, sus dos hijos están en la puerta con la ilusión de saludar a su padre, pero cuando él se da cuenta de su presencia los retira de su hogar. Al siguiente día, los niños nuevamente regresan, pero se cruzan con la mujer de su padre, quien termina gritándoles que se retiren. Más tarde el señor se dirige a la casa de su ex esposa y le advierte que no quiere ver más a los niños, pero ella se encuentra tan enferma que no responde, pero días próximos la señora falleció, dejando a los niños solos.</p> <p>Pasan los días, los niños trabajan y buscan la manera de sobrevivir. En un instante que los señores dejan sola a su hija, los dos pequeños se acercan con la intención de recibir algo de comida, pero la niña trata mal a los dos</p>	<p>Nuestra tarea como padres es proteger a nuestros hijos, enseñándoles valores, amándolos y compartiendo tiempo de calidad con ellos. Recuerda que en la vida, una sola vez serán niños.</p>

		<p>votando las galletas al piso para que recojan de ahí. Mientras ellos la observan, la niña sale con su pelota a la calle y sin percatarse un carro se acerca, y el niño la salva.</p> <p>En seguida los padres que se encontraban en la calle se dan cuenta de lo ocurrido y se acercan muy asustados, y en ese momento el señor pide disculpas a sus hijos, enterándose que ellos están solos. Entonces, pide que se queden con él para apoyarlos y brindarles amor.</p>						
Nº Reacciones							Nº compartidos	Nº Comentarios
Me gusta	Me encanta	Me importa	Me divierte	Me entristece	Me asombra	Me enoja		
213 mil	16 mil	5,9 mil	2,7 mil	160 mil	4,2 mil	15 mil	50,7 mil	10 mil
REVISIÓN DE COMENTARIOS								
Positivos (5)					Negativos (5)			
<p>Que tristeza abandonó a sus hijos y ellos le enseñaron una lección.</p>					<p>Este video está muy mal, creo que no trae ningún mensaje positivo y lo peor es que están utilizando niños para tales cosas. Rechazo rotundamente la manera que quieren enviar mensajes a las personas.</p>			
<p>Estoy segura que si no quieren a sus propios hijos no quieren a nadie ni a ellos mismos. No pueden entregar cariño si no tienen nada en su corazón. Mal padre cría hija ajena y descuida los suyos. Le queda grande el término PADRE.</p>					<p>Que video tan estúpido de verdad, realmente el comportamiento de un padre con sus hijos y sus hijastros es el mismo. Yo tengo 3 hijas, una mayor y 2 menores, y mi esposa tiene 2 hijas también muy menores y mis hijas hasta juegan con las hijas de mi esposa se ven como hermanas, es decir eso también va en como tú llevas</p>			

		tus hijos fuera del matrimonio y como tú hables claro con la persona que vas a estar.
Lo bueno es que se arrepintió y ya está con sus hijos. Si hay muchos hombres malos, a veces abren los ojos muy tarde, cuando deberían disfrutar a sus hijos de pequeños.		Esto es más actuado que la rosa de Guadalupe. No me gustó, que rápido recapacitó para decir que es padre después de haberlos negado por pensar en querer a la hija de su pareja.
Me llegó al corazón, mi padre biológico nos dejó abandonados a mí y a mi hermano cuando apenas yo tenía 1 año y mi hermano 5 meses. Él le dio todo a su pareja actual con la hija que tienen en común y también a su hijastra.		No me gustan esas historias donde siempre fallece la madre de los niños y quedan ellos desamparados.
El corazón de los niños no guarda odio ni rencor solo están llenos de tanto amor.		Que video tan malo, bueno los actores más bien. No me gustó el video, ¿por qué al dar espalda a sus hijos y cuando la madre muere pide perdón? A mí no me gustó la actuación.
ANÁLISIS		
<ul style="list-style-type: none"> • Este tipo de contenido genera en la gente un gran número de visualizaciones (16,6 millones), con una duración de 11 minutos y 26 segundos. Además, con un gran número de reacciones, siendo “me gusta” la mayor opción ante dicha historia, con un total de 213 mil, seguidamente de “me entristece” con 160 mil; “me encanta” con 16 mil; “me enoja” con 15 mil; “me importa” con 5,9 mil; “me asombra” con 4,2 mil y por último “me divierte” con 2,7 mil. En cuanto al número de compartidos se alcanzó 50,7 mil y con respecto a sus comentarios 10 mil. • Por otra parte, al tomar en cuenta la revisión de los comentarios en la parte positiva se ha destacado el tema de dar amor a tus propios hijos, es por ello que algunos usuarios opinan que un padre que abandona a sus propios hijos por ir con otra mujer es muy injusto, también que a pesar del abandono los niños jamás guardan rencor a sus padres y en algunas ocasiones los usuarios redactan algo similar que ha ocurrido en su infancia- <i>toda esta información es positiva porque la gente se está</i> 		

identificando con la historia. En cambio, en el lado negativo los usuarios discuten la temática porque comentan que existe casos en donde padres, hijos e hijastros se llevan bien, también hacen mención a la sobreactuación de los actores, asimismo rechazan el hecho de poner a niños en las historias para hacer llegar el mensaje cuando en realidad no lo consiguen - ***toda esta información es negativa porque la gente se sale de contexto al referirse que este tipo de videos no sirven para reflexionar ni mucho menos aporta como un producto audiovisual.***

- Sobre todo, resaltando el mensaje de la historia en parte sí se cumple con lo cometido porque la gente piensa que es importante que un padre acepte y brinde amor a sus hijos, a pesar que esté en otro matrimonio. No obstante, hay algunos comentarios en donde los usuarios solo se enfocan en la sobreactuación de los actores, también el rechazo en incluir a niños en las historias para conseguir pena o más aceptación con el contenido.
- Mientras tanto, al hablar del ámbito técnico de las grabaciones de los vídeos de reflexión, se han destacado algunos desaciertos que se han observado, tales como: existe mucho espacio en el techo y se realiza un zoom in exagerado (plano general a entero) cortando las extremidades, los pies de los actores.

Título	Descripción							Mensaje	
<p>Nº 7</p> <p>Les presentó a su prometida y su empleada le hizo la vida imposible</p>	<div data-bbox="680 267 1115 813" style="border: 1px solid black; padding: 5px;">  </div> <p>La historia está basada en un drama, la empleada está enamorada de su patrón (Héctor). En cambio, la novia de Héctor llega a su casa con la esperanza de una propuesta de matrimonio, pero la empleada le hace la vida imposible. El hermano de Héctor y su novia le advierten de su empleada, pero él no les cree, hasta que la misma se deja al descubierto y antes de perder a su novia la detiene para que no se vaya de la casa y le pide matrimonio. Mientras que la empleada es despedida.</p>							<p>El amor verdadero no es una pasión fuerte, ardiente e impetuosa, es un elemento tranquilo y profundo, donde la confianza y la verdad son los pilares fundamentales.</p>	
Nº Reacciones									
Me gusta	Me encanta	Me importa	Me divierte	Me entristece	Me asombra	Me enoja	Nº compartidos	Nº Comentarios	
188 mil	48 mil	3,6 mil	1,2 mil	2 mil	2,2 mil	1,7 mil	26,6 mil	1,5 mil	
REVISIÓN DE COMENTARIOS									
Positivos (5)				Negativos (5)					
<p>Los sentimientos hacia la pareja no siempre se mantienen en la misma intensidad. De hecho, una relación estable puede pasar por una montaña rusa de emociones.</p>				<p>Qué raro video se supone que la novia debería de ser buena pero es mala e interesada y aún así quedan juntos.</p>					

<p>Si de hecho tenía interés por lo que tenía el novio, pero en el fondo lo amaba y todo por tener un hermanito maravilloso, Ángelo un muy buen niño tan dulce, me encantó la historia.</p>	<p>Las historias son muy locas, yo las veo para reírme un poco.</p>
<p>Cuando hay amor verdadero todo se perdona y se arreglan los malos entendidos.</p>	<p>Que feo porque la novia no actuó de buena, trató al hermanito de raro.</p>
<p>Me imagino a mi bebé de tres años, así como él cuando esté grande, aunque todavía no quiere caminar, ni hablar, pero sé que con la ayuda de papá Dios eso sucederá en cualquier momento.</p>	<p>Encima que humilló al joven que tiene síndrome de Down, todavía él le creyó que había cambiado, solo porque le pidió perdón falsamente. Que no diga que no sabe cómo tratar al joven, porque a esas personitas no hace falta saber cómo tratarlos, ya que ellos son puro amor, en cambio algunas personas sin discapacidad, son malas.</p>
<p>Qué lindo niño que bien que lo integren a la actuación.</p>	<p>No quisistes se dice (quisiste), escucharme me dijistes se dice (dijiste), no se dice íbanos se dice (íbamos). Vayan a leer primero libros, aprendan a hablar correctamente el castellano. Dan pena y de actuación no tienen ni idea.</p>
<p>ANÁLISIS</p>	
<ul style="list-style-type: none"> Este tipo de contenido genera en la gente un gran número de visualizaciones (13,5 millones), con una duración de 15 minutos y 40 segundos. Además, con un gran número de reacciones, siendo “me gusta” la mayor opción ante dicha historia, con un total de 188 mil, seguidamente de “me encanta” con 48 mil; “me importa” con 3,6 mil; “me asombra” con 2,2 mil; “me entristece” con 2 mil; “me enoja” con 1,7 mil y por último “me divierte” con 1,2 mil. En cuanto al número de compartidos se alcanzó 26,6 mil y con respecto a sus comentarios 1,5 mil. 	

- Por otra parte, al tomar en cuenta la revisión de los comentarios en la parte positiva se ha destacado el tema de los obstáculos como pareja, es decir, lo usuarios opinan que en una relación se pasa por diferentes situaciones y hay que aprender a sobrellevarlo, asimismo destacan la participación de uno de los personajes que tiene síndrome de Down; por su carisma y buen corazón - ***toda esta información es positiva porque la gente se está identificando con la historia y agrega un hecho de sus vidas al tener un hijo con síndrome de Down.*** En cambio, en el lado negativo los usuarios están en una controversia por la mala forma que se trata a una persona con síndrome de Down, además opinan que les desagrada estos videos y que solo lo ven por diversión, sin embargo, se ha resaltado un comentario en donde se corrige algunas faltas que han dicho los actores en sus diálogos - ***toda esta información es negativa porque la gente se sale de contexto porque no aceptan la discriminación hacia una persona con síndrome de Down y mucho menos que se lleve este tipo de historias; por la confusión que crean en ellos y su mala pronunciación en sus diálogos.***
- Sobre todo, resaltando el mensaje de la historia en parte sí se cumple con lo cometido porque la gente piensa que es importante el respeto y confianza entre pareja. No obstante, hay algunos comentarios en donde los usuarios solo se enfocan en la pronunciación de ciertas palabras que mencionan en los diálogos los actores, también el mal trato que se le da a la gente con síndrome de Down, asimismo que el contenido de estos vídeos les parece gracioso.
- Mientras tanto, al hablar del ámbito técnico de las grabaciones de los vídeos de reflexión, se han destacado algunos desaciertos que se han observado, tales como: paneo muy brusco en el medio plano alto cuando se enfoca a una actriz, un tilt down sin sentido cuando se está llevando un diálogo (empleada y Ángel), no se respeta ley de miradas.

Título	Descripción							Mensaje	
<p>Nº 8</p> <p>INCREÍBLE como un padre abandona a su hija</p>	<p>Todo empieza cuando un padre abandona a su hija porque ella no puede caminar, pero una mujer buena le ayudó, ofreciéndole hogar, educación y sobre todo salud, para que pronto pueda caminar.</p> <p>Por otra parte, el padre de la niña se dedicó al alcohol y con el pasar de los años se encontraron, y sin importar los hechos ella lo perdonó.</p> 							<p>Nunca des la espalda a nadie por su discapacidad, los niños con necesidades especiales, no son extraños o raros. Ellos solo quieren lo que todo mundo quiere, ser aceptados tal y como son. Recuerda que los niños son como mariposas en el viento, algunos vuelan más alto que otros, pero cada uno vuela de la mejor forma que puede. Cuando les brindas esperanza, todo es posible porque el miedo es la discapacidad más grande de todas.</p>	
Nº Reacciones									
Me gusta	Me encanta	Me importa	Me divierte	Me entristece	Me asombra	Me enoja	Nº compartidos	Nº Comentarios	
133 mil	17 mil	5,1 mil	1,3 mil	63 mil	2 mil	4,4 mil	23,6 mil	5,8 mil	
REVISIÓN DE COMENTARIOS									
Positivos (5)				Negativos (5)					
Un padre cuando verdaderamente ama a sus hijos lucha como sea y no importa en las condiciones que se encuentran, ellos no				¿Y qué pasó con la mamá biológica?, ¿también abandonó a la niña al igual que el malnacido de su padre?					


<p>tienen la culpa de nada en especial. Yo tengo cuatro hijos y los amo, doy la vida por ellos.</p>	
<p>Los padres por más que nazca un hijo minusválido, tienen derecho a cuidarlo, alimentarlo y darle vivienda, porque ellos no tienen la culpa. Con fe y esperanza se puede salir adelante.</p>	<p>No ha envejecido nada el papá y la niña parece su madre.</p>
<p>Que hermosa reflexión de amor y enseñan los buenos valores a las personas, amar al prójimo como a ti mismo.</p>	<p>No tenía que perdonarlo y la buena mujer no tenía que morir, no me gustó este vídeo.</p>
<p>Qué dolor ver como maltratan a estos niños solo por su discapacidad.</p>	<p>La historia es bonita, súper. Con todo respeto haré mi comentario, espero no se malinterprete.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No hay continuidad de escenas, la niña primero sale sucia desde que la abandona el padre por el barrio, cuando aparece la mujer de auto y la carga y la sienta en el auto está totalmente limpia. 2. La calidad del audio es bajísima, si se tomara en cuenta el poner musicalizar y mejorar ese detalle harán de sus megas historias algo más atractivas y deliciosas de ver. Éxitos y bendiciones.
<p>Ese señor se merecía la cárcel. Es inhumano tirar a la calle a una niña y más delicado con discapacidad. Ella en esos momentos no tenía ni la posibilidad de caminar para tener alguna oportunidad de sobrevivir. Lamentablemente le toca a muchos otros niños que son abandonados día a día. Además, la dejó en el barro como a una basura y podría haber muerto y nunca tuvo remordimientos. Sé que Dios es el que perdona,</p>	<p>Esos videos son muy fuertes, por favor no más videos así.</p>

pero como perdonar a una persona que hace eso, ya que carece de humanidad y empatía. Esas personas nunca cambian.

ANÁLISIS

- Este tipo de contenido genera en la gente un gran número de visualizaciones (12,8 millones), con una duración de 8 minutos y 22 segundos. Además, con un gran número de reacciones, siendo “me gusta” la mayor opción ante dicha historia, con un total de 133 mil, seguidamente de “me entristece” con 63 mil; “me encanta” con 17 mil; “me importa” con 5,1 mil; “me enoja” con 4,4 mil; “me asombra” con 2 mil y por último “me divierte” con 1,3 mil. En cuanto al número de compartidos se alcanzó 23,6 mil y con respecto a sus comentarios 5,8 mil.
- Por otra parte, al tomar en cuenta la revisión de los comentarios en la parte positiva se ha destacado el tema de apoyar a tus hijos sin importar si tienen alguna discapacidad, es así que los usuarios se sienten indignados que existan ese tipo de personas que abandonen a sus hijos minusválidos y que no reciban su castigo por su accionar - ***toda esta información es positiva porque la gente se está identificando con la historia de manera empática.*** En cambio, en el lado negativo los usuarios se cuestionan que no haya continuidad de escenas, también la vestimenta de la niña que cambia de sucia a limpia de manera tan rápida, al igual la apariencia del personaje del papá que sigue siendo la misma y destacan algunas falencias en cuanto a la calidad del audio- ***toda esta información es negativa porque la gente se sale de contexto al referirse que no existe continuidad en la historia por las apresuradas acciones, menos que los actores, vestimenta y calidad de audio no aportaron en su mayoría.***
- Sobre todo, resaltando el mensaje de la historia en parte sí se cumple con lo cometido porque la gente piensa que es importante amar y apoyar a un hijo con discapacidad. No obstante, hay algunos comentarios en donde los usuarios resaltan que no existe continuidad de la historia, también aspectos de producción; por la mala calidad del audio y la falta de atención ante los personajes que a pesar de los años siguen con el mismo aspecto físico.


- Mientras tanto, al hablar del ámbito técnico de las grabaciones de los vídeos de reflexión, se han destacado algunos desaciertos que se han observado, tales como: la calidad de la imagen es más baja cuando la escena se desarrolla en el carro, desenfoque de algunas escenas, movimiento de cámara muy exagerado (como si fuera círculos en vez de estar estática), cambios de colores muy bruscos de fríos a cálidos cuando se desarrolla un diálogo.

	Título	Descripción							Mensaje	
<p>Nº 9</p> <p>ABANDONÓ a su hija por el amor de un hombre sin saber que le pasaría esto</p>		<p>Una madre abandona a su hija con su abuela por irse con un hombre. Al tiempo, la abuela y la nieta salen juntas vendiendo frutas y vegetales, pero la abuela se encuentra un poco mal de salud. En cuanto a la vida de la madre es un caos porque se encuentra embarazada y le gusta que todo le den servido, por eso regresa a reclamar a su hija y llevarla a su casa para que sea su sirvienta. No obstante, un día que la madre va a dar a luz, la niña aprovecha para escaparse y regresar nuevamente con su abuela.</p>							<p>Nunca cambies el amor de un hijo por la pasión de un hombre, nunca olvides que, para estar en el recuerdo de tus hijos, debes estar presente en cada momento de su vida.</p>	
		Nº Reacciones							Nº compartidos	Nº Comentarios
		Me gusta	Me encanta	Me importa	Me divierte	Me entristece	Me asombra	Me enoja		
160 mil	13 mil	4,1 mil	1,5 mil	60 mil	3,5 mil	56 mil				

REVISIÓN DE COMENTARIOS	
Positivos (5)	Negativos (5)
Así como ella hay muchas mujeres que prefieren a un hombre que el amor de un hijo, pero gracias a Dios la niña pudo irse de nuevo con su abuela.	Mal final, porque la mamá puede ir a traer a su hija, creo que podría terminar con una denuncia.
¡Qué mal esta mujer!, solo tendrá el amor de ese hombre para el rato y tiró a su hija para complacer a un hombre que no vale la pena, mientras que el amor de su hija es para toda la vida.	¿Alguien más se llenó de odio e impotencia viendo el vídeo? Me hubiera gustado que la mamá hubiera tenido su castigo, es una historia inconclusa.
La mujer que no quiere a sus hijos, menos querrá a un hombre. Pobre niña la maltratan y la convertirá en su sirvienta de ese hombre y esa mujer, no al maltrato infantil.	Bonita reflexión, pero no me gustó el final ¿qué pasó con la madre?, ¿su bebé? ¿Clarita se haya ido con su abuela o se quedó?
Eso en cualquier circunstancia y parte del mundo hay que denunciarlo. Somos responsables de nuestros hijos y si no somos capaces pues simplemente dejémoslos al cuidado de quien verdaderamente los va a cuidar, preferiblemente con familiares cercanos o en adopción. Basta de usar y abusar de los niños, nacieron para ser felices, no víctimas de esta generación tan corrupta.	No entiendo, la nena era blanca y ahora es oscurita.
Que tristeza la idea de dejar un hijo por seguir a un hombre, mujeres maduren, porque si no te quieren con tus hijos no son hombres de bien.	Este final tiene una incógnita. Pues cuando la "madre" de Clarita tenga su bebé irá a buscar a la niña para que sea su sirvienta, ¿será que separarán a Clarita de su abuela otra vez?

ANÁLISIS

- Este tipo de contenido genera en la gente un gran número de visualizaciones (11,8 millones), con una duración de 14 minutos y 8 segundos. Además, con un gran número de reacciones, siendo “me gusta” la mayor opción ante dicha historia, con un total de 160 mil, seguidamente de “me entristece” con 60 mil; “me enoja” con 56 mil; “me encanta” con 13 mil; “me importa” con 4,1 mil; “me asombra” con 3,5 mil y por último “me divierte” con 1,5 mil. En cuanto al número de compartidos se alcanzó 139,3 mil y con respecto a sus comentarios 20 mil.
- Por otra parte, al tomar en cuenta la revisión de los comentarios en la parte positiva se ha destacado el tema de preferir a tus hijos antes que a un hombre, es decir, los usuarios rechazan el actuar de una mujer que abandone a sus hijos por el amor pasajero de un hombre, también que jamás hay que tratar a los hijos como sirvientes, solo brindarles amor y si una madre no puede ocuparse de sus hijos, es mejor dejarlos con alguien responsable antes de causarles más daño- ***toda esta información es positiva porque la gente se está identificando con la historia.*** En cambio, en el lado negativo los usuarios resaltan la apariencia de las actrices, la bebé y la niña, y sobre todo el final inconcluso que dejaron, porque la madre no recibió una lección- ***toda esta información es negativa porque la gente se sale de contexto al centrarse en la apariencia de las actrices, que la bebé era blanca y la niña era morena, asimismo por el final que deja en expectativa a los usuarios.***
- Sobre todo, resaltando el mensaje de la historia en parte sí se cumple con lo cometido porque la gente piensa que es importante que una madre prefiera primero a sus hijos antes que a un hombre. No obstante, hay algunos comentarios en donde los usuarios hablan del cambio tan brusco en cuanto a las actrices, porque de bebé es blanca y de niña es morena, y por dejar un final inconcluso.
- Mientras tanto, al hablar del ámbito técnico de las grabaciones de los vídeos de reflexión, se han destacado algunos desaciertos que se han observado, tales como: hay desenfoque de algunas escenas, mucha luz natural crea tanto brillo en el rostro y cuerpo de los actores (es necesario un reflector negro para controlar el problema), los camarógrafos salen en el espejo retrovisor de un carro.

Título	Descripción							Mensaje	
<p>Nº 10</p> <p>Expuso la infidelidad de su esposo frente a su amante</p>	<div data-bbox="676 293 1131 873" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">  </div> <p>Esta historia se desarrolla en un parque, en donde una mujer disfrazada de payaso se acerca a una pareja, ofreciéndoles dinero por revisar su celular. Al momento de revisar el celular de la chica no encuentra nada, pero cuando le toca al chico, se dan cuenta que tiene dos celulares y en uno de ellos tiene conversaciones con varias mujeres, en especial con su esposa y para sorpresa de los dos, la payasa era la esposa del chico. Al final, las dos terminan por decirle sus verdades y se retiran.</p>							<p>Puedes engañar a todo el mundo algún tiempo o puedes engañar a algunos todo el tiempo, pero no puedes engañar a todo el mundo todo el tiempo.</p>	
Nº Reacciones									
Me gusta	Me encanta	Me importa	Me divierte	Me entristece	Me asombra	Me enoja	Nº compartidos	Nº Comentarios	
172 mil	10 mil	1,4 mil	8,1 mil	69 mil	5,8 mil	4,4 mil	19,1 mil	2,5 mil	
REVISIÓN DE COMENTARIOS									
Positivos (5)				Negativos (5)					
<p>En la vida hay mujeres que respetamos y otras que no, por ese fue mi caso, no me respetaron a mí, pero todo en esta vida se paga y tarde o temprano le llegará el día.</p>				<p>Hagan su propio video con su propia creatividad, porque ese video ya lo he visto varias veces... En vez de reflexionar, me da mucha risa.</p>					

Eso es lo que les pasa por infieles, quieren tener varias y no pueden con la de su casa. La mujer que les lava y cuida, ella es la que merece todo.	Ya me tienen aburrido con eso de los payasos.
Exacto, las mentiras tienen piernas cortas, tarde o temprano la verdad sale a luz y el karma hace lo suyo.	Me encantó esa bofetada fue tan magnífica que ni siquiera la cámara lo grabó. Tranquilos, no se nota que es sobreactuado, para nada.
A mí me ha pasado dos veces, ya sé que se siente.	No sé si en ese lugar no exista derecho de autor o algo así, porque se repite un capítulo 20 veces, con diferentes personas, que flojera.
Siempre hay infidelidad, ya basta hombres.	Que contenido tan tonto, sin sentido. Es similar a Badabun.
ANÁLISIS	
<ul style="list-style-type: none"> • Este tipo de contenido genera en la gente un gran número de visualizaciones (11,2 millones), con una duración de 5 minutos y 31 segundos. Además, con un gran número de reacciones, siendo “me gusta” la mayor opción ante dicha historia, con un total de 172 mil, seguidamente de “me entristece” con 69 mil; “me encanta” con 10 mil; “me divierte” con 8,1 mil; “me asombra” con 5,8 mil; “me enoja” con 4,4 mil y por último “me importa” con 1,4 mil. En cuanto al número de compartidos se alcanzó 19,1 mil y con respecto a sus comentarios 2,5 mil. • Por otra parte, al tomar en cuenta la revisión de los comentarios en la parte positiva se ha destacado el tema de la infidelidad por parte de la pareja, es así como algunos usuarios en sus comentarios opinan que es mejor no ocultar nada a tu pareja porque tarde o temprano se sabrá, también agregan algunas personas su empatía ante dicha situación porque han pasado por lo mismo - <i>toda esta información es positiva porque la gente se está identificando con la historia</i>. En cambio, en el lado negativo los usuarios comentan que ya se sienten cansados por ver lo mismo en varias páginas y con el mismo personaje disfrazado de payaso, asimismo que este contenido es muy parecido a Badabun y también hacen referencia a una escena sobreactuada en donde la chica abofetea a su pareja- <i>toda esta información es negativa porque la gente se sale de contexto</i>, 	

ya que les parece gracioso el contenido, asimismo se fijan en el error que se da en la interpretación de un actor y la poca creatividad de las historias.

- Sobre todo, resaltando el mensaje de la historia en parte sí se cumple con lo cometido porque la gente piensa que es importante respetar a tu pareja en todo momento. No obstante, hay algunos comentarios en donde los usuarios resaltan la poca creatividad ante dicho contenido, haciendo referencia a Badabun con sus temáticas de 'exponiendo infieles'. Al igual, se centran en errores de los actores que son tan evidentes.
- Mientras tanto, al hablar del ámbito técnico de las grabaciones de los vídeos de reflexión, se han destacado algunos desaciertos que se han observado, tales como: para el formato que utilizan para Facebook ocasiona que en ciertas partes los actores queden recortados por la mitad, no se respeta la ley de miradas.

Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Fuente: Un Escalón a la Vida (Facebook).

Objetivo 2.

- Realizar una encuesta y analizar los resultados sobre la perspectiva que la ciudadanía de Zamora tiene frente a los videos de la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida'.

El segundo objetivo se aplicó la metodología cuantitativa y cualitativa. Por el lado cuantitativo, se refiere al conjunto de datos numéricos o estadísticos, para deducir las conclusiones de modo factible, Guerrero *et al.* (2018) lo definen como el método que tiene una intención de explicar, pronosticar e interpretar una manifestación de manera observable (p. 67).

En la parte cualitativa, es un abordaje para obtener datos sobre lo que razonan y perciben las personas, al respecto Tinoco *et al.* (2018) argumentan que se sigue ese procedimiento para reedificar la realidad tal y como la contemplan los integrantes del sistema social determinado a priori (p. 43). Es por ello que se lo llevó con la herramienta de encuestas, que según Arreaga (2018) esta herramienta es accesible para conseguir y redactar datos sobre hábitos y creencias de un grupo de personas (p. 77), para entender aspectos que a simple vista pueden ser ajenos para el entrevistador.

En este objetivo se utilizó la técnica de la encuesta e instrumento de la encuesta, en donde se establecieron 13 preguntas que se encuentran divididas en tres partes. Primeramente, están la **información general** como: nombre, género, edad, si utilizan las redes sociales, con qué frecuencia y para qué les sirven las redes sociales. En el segundo espacio está el tema de **Facebook**, en donde se pregunta si han visto videos de reflexión, cuántos videos consumen al día y la perspectiva con respecto al contenido, y por último está el tema de la página de Facebook '**Un Escalón a la Vida**', la cual se señala si han observado los videos de reflexión de dicha página, el tiempo que dedican al verlos y si son provechosos, asimismo, si este contenido audiovisual aporta en sus vidas, cuántos videos consume al día, los sentimientos que provoca estos videos de reflexión y la calificación que le dan a dicho producto audiovisual.

En el mismo orden de ideas, esta encuesta se la dirigió para la ciudadanía de Zamora, 304 se las desarrolló de manera física, mientras tanto 96 se las dirigió por medio de Google formularios, siendo el total de 400 encuestados.

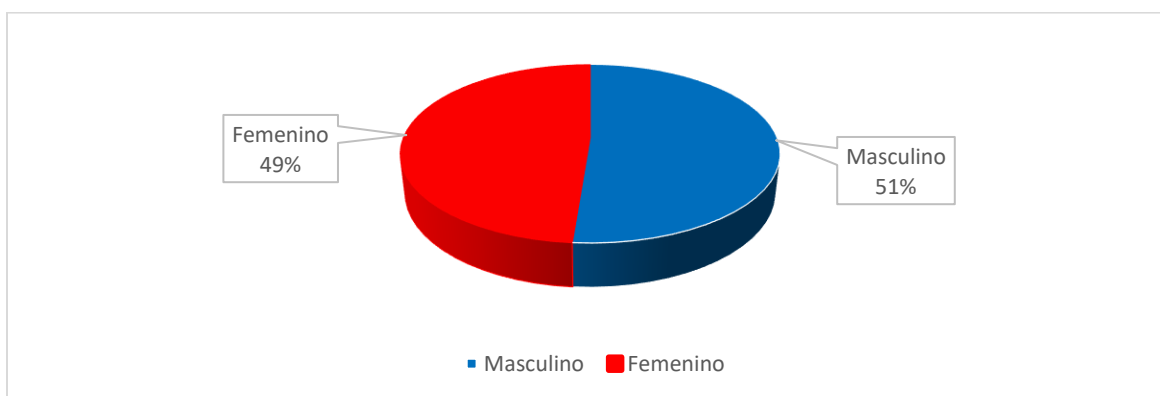
Información general

Tabla 1. Género de las personas encuestadas

VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Masculino	205	51%
Femenino	195	49%
Total	400	100%

Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Gráfico 1. Género de las personas encuestadas



Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Análisis cuantitativo:

El Gráfico 1 muestra el número de personas que han respondido la encuesta de acuerdo a su género. El número de los 400 encuestados, 205 personas respondieron que son del género masculino que en total representa el 51%, siendo los mayores consumidores y en cambio las 195 personas son del género femenino que representa el 49%, siendo el 2% de diferencia entre los dos géneros, la cual no es muy significativa con relación al número de encuestados.

De acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) del Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Zamora, periodo (2019 – 2023), el cantón Zamora tiene alrededor de 30,391 habitantes conforme a las proyecciones efectuadas en el censo 2010, desde entonces se ha dado un aumento de 492 personas por año representando el 23.1%. Además, según el PDOT (2020), la influencia de los datos obtenidos del censo 2010 como ejemplificación en el año 2020, se obtuvo que el número del género masculino

es de 16, 176; abarcando el 53% y en cambio para las mujeres del 14, 226 que corresponde el 47%. (18 de agosto de 2020)

Análisis cualitativo:

Es evidente que la población de Zamora está conformada en su mayoría por el género masculino, pero es poca la diferencia en tanto al género femenino con 2% y 5%, también destacando que los hombres consumen más las redes sociales y los productos que se llegan a compartir día a día por las distintas empresas de producción audiovisual (datos de la encuesta).

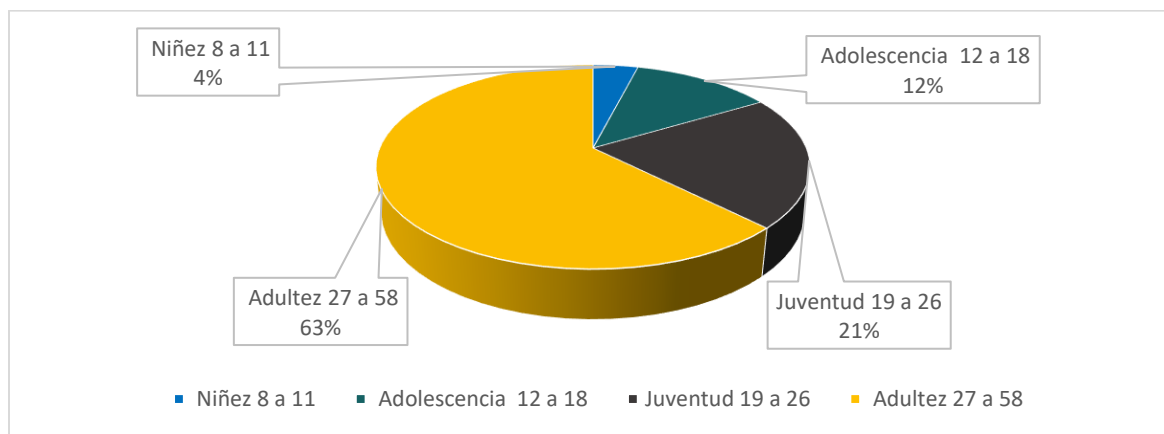
Tabla 2. *Edades de las personas encuestadas*

Variables	Cantidad	Porcentajes
Niñez (8 a 11)	16	4%
Adolescencia (12 a 18)	50	12%
Juventud (19 a 26)	84	21%
Adulthood (27 a 58)	250	63%
Total	400	100%

Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Fuente: Ministerio de Salud y Protección Social (MSP), rango de edades

Gráfico 2. *Edades de las personas encuestadas*



Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Análisis cuantitativo:

El Gráfico 2 se observa el rango de edades que consumen este tipo de contenidos. En la categoría de edades de la ciudad de Zamora presentan: adultos de 27 a 58 años que

representa el 63% son los que más consumen, seguidamente de los jóvenes de 19 a 26 años que tienen un porcentaje del 21%, luego los adolescentes de 12 a 18 años que equivale el 12% y por último los niños de 8 a 11 años de edad que corresponde el 4%.

Análisis cualitativo:

En cambio, según el PDOT (2020) del cantón de Zamora, en relación a las edades lo distribuyen de la siguiente manera, entre el rango de 5 a 29 años son la población que está en auge en dicho territorio y menos proporción se encuentra el rango de 55 a 79 años de edad (p. 148). No obstante, de acuerdo a los expertos en producción audiovisual Araujo y Tene (2022), los adultos o adultos mayores aún prefieren el contenido que se presenta en redes sociales, en especial Facebook, porque ellos son más empáticos con estos temas, sin embargo, los niños, adolescentes y jóvenes prefieren otro tipo de temas, que vaya más centrado al entretenimiento y para ello, prefieren Tik Tok o Instagram.

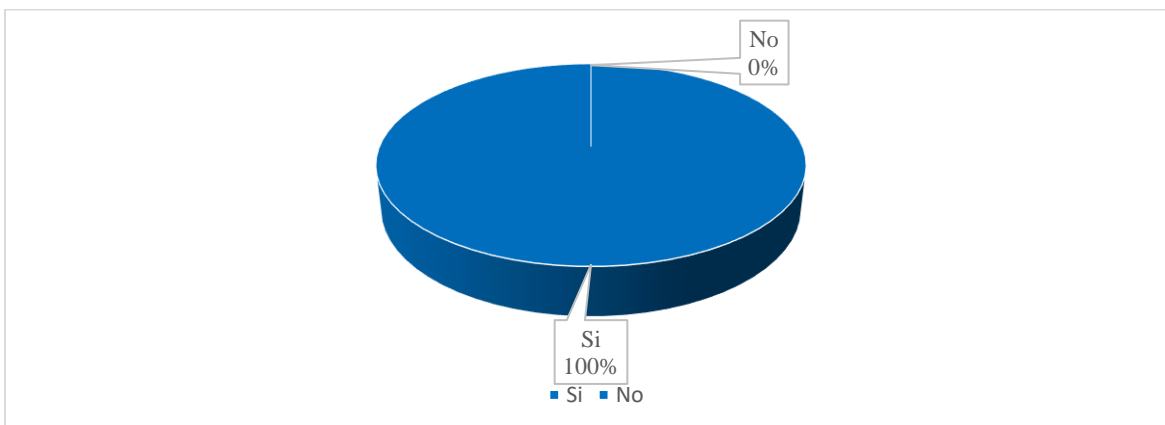
Pregunta 1: ¿Usted usa redes sociales?

Tabla 3. *Uso de las redes sociales*

Variables	Cantidad	Porcentajes
Si	400	100%
No	0	0%
Total	400	100%

Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Gráfico 3. Uso de las redes sociales



Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Análisis cuantitativo:

El Gráfico 3 se contempla el uso de las redes sociales. La opción SÍ representa la mayor selección de los 400 encuestados de Zamora que usan los medios sociales, que equivale el 100% y la opción NO notoriamente con el 0%.

Análisis cualitativo:

Las redes sociales forman parte de nuestro diario vivir, Molina y Toledo (2014) puntualizan que la forma comunitaria en cuanto a los medios sociales se ha metamorfoseado de manera extremista, porque la colectividad virtual y su manera de comunicarse ha evolucionado drásticamente, por lo que la virtualidad se apropiado del nuevo modo de vincularse entre las personas. (p. 1)

Además, las redes sociales abren las puertas a los usuarios para que den a conocer sus perfiles, negocios y productos multimedia de manera local, nacional e internacional, para generar aceptación diariamente en los diferentes públicos: niños, adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores.

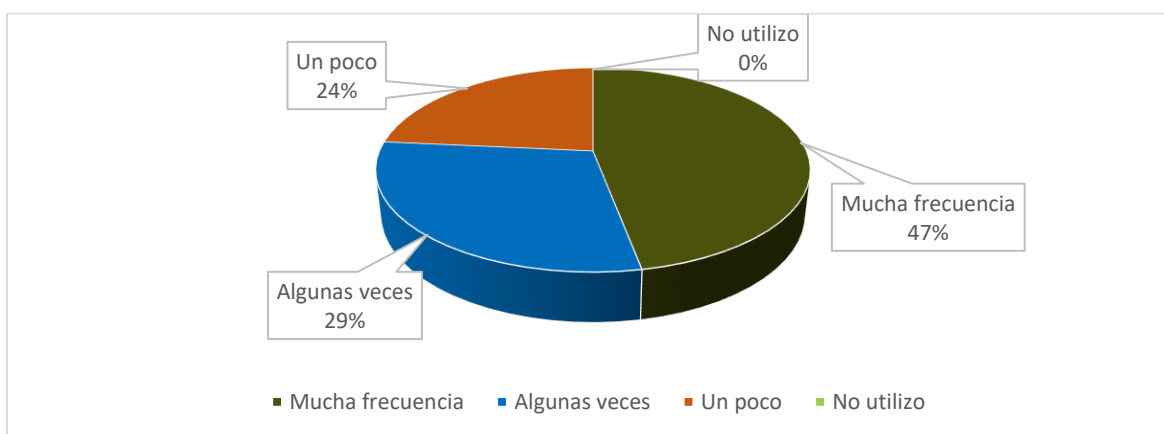
Pregunta 2: ¿Utiliza con frecuencia las redes sociales?

Tabla 4. La frecuencia que se le da a las redes sociales

VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJES
Con mucha frecuencia	188	47%
Algunas veces	106	29%
Un poco	71	24%
No utilizo	0	0%
Total	400	100%

Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Gráfico 4. La frecuencia que se le da a las redes sociales



Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Análisis cuantitativo:

El Gráfico 4 se analiza la frecuencia con la que utilizan las redes sociales los encuestados. *Mucha frecuencia* de las 188 personas utiliza las redes sociales que representa el 47%, continuamente *algunas veces* para 106 personas que figura el 29%, asimismo solo con el 5% de diferencia se encuentra *Un poco* para 71 personas que corresponde el 24% y por último la opción *No utilizo* con el 0%.

Análisis cualitativo:

No cabe duda que un porcentaje de los ciudadanos de Zamora consumen con *mucha frecuencia* las redes sociales, porque les permite ocupar su mente en diferentes actividades, ya sea personales, educativas, familiares, etc. Luego, está la opción de *algunas veces* en donde se agrupan las personas que pasan centrados en aspectos externos y sólo se conectan

para estar al tanto de ciertas novedades de la semana o sólo cuando necesiten enviar mensajes, y en el lado de *un poco* posiblemente se encuentren las personas que solo se conectan para compartir algún producto.

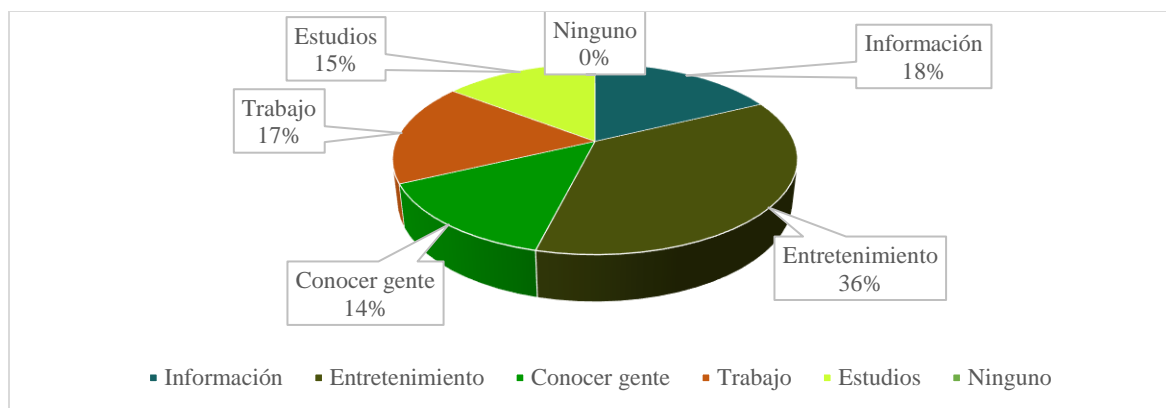
Pregunta 3: Las redes sociales le sirven como un espacio de:

Tabla 5. Utilidad que se da a las redes sociales

Variables	Cantidad	Porcentajes
Información	161	18%
Entretenimiento	326	36%
Conocer gente	127	14%
Trabajo	157	17%
Estudios	132	15%
Ninguno	0	0%
Total	400	100%

Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Gráfico 5. Utilidad que se da a las redes sociales



Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Análisis cuantitativo:

El Gráfico 5 se muestra para que utilizan las personas las redes sociales. Es así que el *Entretenimiento* alcanza el mayor valor en cuanto a preferencia para 326 personas que figura el 36%, a continuación, se lo aprovecha como un espacio de *Información* para 161 personas que corresponde el 18%, seguidamente de la opción del *Trabajo* para 157 personas que representa el 17%, asimismo en el ámbito de los *Estudios* para 132 personas que alcanza el

15%, en una aproximación sólo con el 1% para *Conocer gente* para 127 personas que cumple con el 14% y para finalizar la alternativa de *Ninguno* con el 0%.

Análisis cualitativo:

La utilidad que dan las personas a las redes sociales de acuerdo al grado de importancia, está en primer lugar el *entretenimiento* que abarca los videos, reels, historias o juegos, seguidamente del espacio de *información* que implica las noticias, reportajes o crónicas, posterior la opción de *trabajo* que se utiliza para crear grupos con sus compañeros de trabajo o compartir contenido de su empresa que están laborando, asimismo, sirve como un área de *estudios* en donde se puede comunicar con sus compañeros y estudiantes, también revisar la información que se publique en la página de la Institución, por último, el ámbito de *conocer gente* que es mínima hoy en día.

Facebook - Videos de reflexión

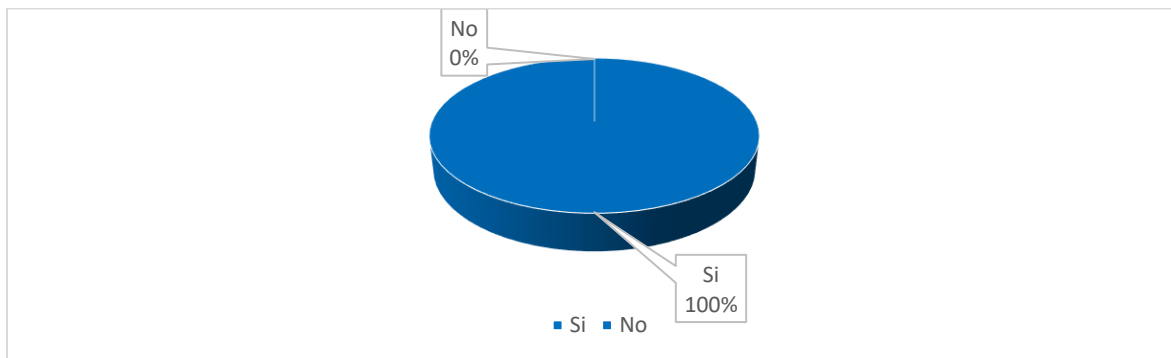
Pregunta 4: ¿Usted ha visto videos de reflexión en Facebook?

Tabla 6. Consumo de videos de reflexión en Facebook por parte de los encuestados

Variables	Cantidad	Porcentajes
Si	400	100%
No	0	0%
Total	400	100%

Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Gráfico 6. Consumo de videos de reflexión en Facebook por parte de los encuestados



Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Análisis cuantitativo:

El Gráfico 6 se observa si la gente ha visto videos de reflexión en Facebook. La opción SÍ representa la mayor selección de los 400 encuestados que han mirado estos productos audiovisuales que corresponde el 100% y la opción NO notoriamente con el 0%.

Análisis cualitativo:

Actualmente, el consumo de los videos de reflexión por medio de Facebook no es nada nuevo, por la gran variedad de empresas que se están dedicando a esta labor, no sólo en Zamora, sino Loja y todo el país, porque estos productos llegan a generar ingresos y gran popularidad en la industria del entretenimiento.

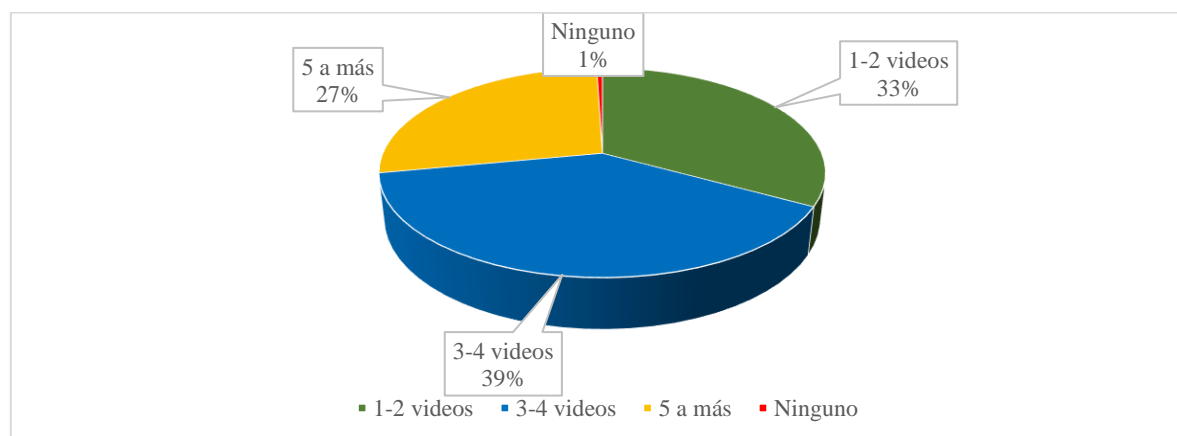
Pregunta 5: ¿Cuánto videos consume al día?

Tabla 7. Consumo de videos de reflexión al día

Variables	Cantidad	Porcentajes
1 - 2 videos	132	33%
3 – 4 videos	156	39%
5 – más	110	27%
Ninguno	2	1%
Total	400	100%

Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Gráfico 7. Consumo de videos de reflexión al día



Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Análisis cuantitativo:

El Gráfico 7 se examina el consumo de los videos de reflexión al día. De 3 a 4 videos ha sido la mayor variante para 156 personas que representa el 39% que han revisan los videos de reflexión en ciertas páginas de Facebook, luego de 1 a 2 videos para 132 personas que equivale el 33%, más delante de 5 a más videos para 110 personas que figura el 27% y finalmente en *Ninguno* para 2 personas que se interpreta con el 1% que no les gusta ver este tipo de contenido audiovisual.

Análisis cualitativo:

En relación al tiempo que se dedica al consumo de los videos de reflexión depende de cada persona y las páginas de su preferencia, en este caso los habitantes de Zamora en su mayoría ven de 3 a 4 videos al día, posterior de 1 a 2 videos, en una mínima audiencia de 5 a más videos y para terminar *ninguno* que no acaba de ver en su totalidad un vídeo, pero es parte de los consumidores en este tipo de contenidos.

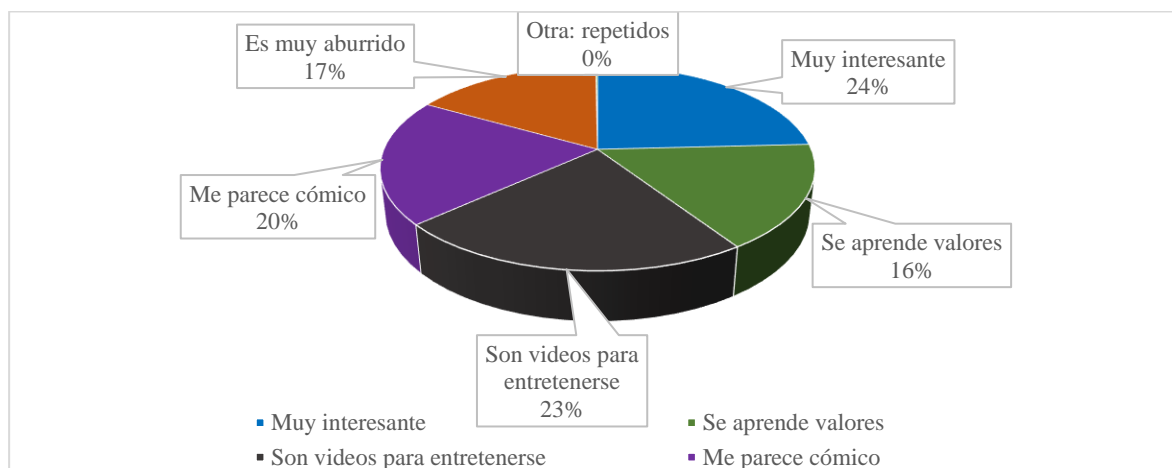
Pregunta 6: ¿Cuál es su perspectiva en cuanto a este contenido?

Tabla 8. *Perspectiva en cuanto a los videos de reflexión en Facebook*

Variables	Cantidad	Porcentajes
Muy interesante	157	24%
Se aprende valores	107	16%
Son videos para entretenerse	147	23%
Me parece cómico	129	20%
Es muy aburrido	108	17%
Otra: repetidos	1	0%
Total	400	100%

Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Gráfico 8. Perspectiva en cuanto a los videos de reflexión en Facebook



Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Análisis cuantitativo:

El Gráfico 8 se analiza la perspectiva de la gente en cuanto a este contenido. Los videos son *Muy interesantes* para 157 personas que consumen este tipo de videos de reflexión en las páginas de Facebook que protagoniza el 24%, de igual modo con el 1% de diferencia la opción, *Son videos para entretenerse* para 147 personas que representa el 23%, posteriormente la alternativa de *Me parece cómico* para 129 personas que corresponde el 20%, después *Es muy aburrido* para 108 personas que figura el 17%, luego la variante de *Se aprende valores* para 107 personas que equivale el 16% y para concluir con el casillero de *Otra: repetidos* para 1 persona que es interpretado con el 0%, que considera que estos videos se desarrollan con las mismas temáticas.

Análisis cualitativo:

Por otro lado, al hablar del contenido de los videos de reflexión, gran parte de la ciudadanía de Zamora menciona que estos productos audiovisuales son *muy interesantes* por sus temáticas presentadas, seguidamente de *son videos para entretenerse* porque no les parece que dan alguna reflexión como tal, sólo sirve como un pasatiempo, por consiguiente la opción de *me parece cómico* por diferentes aspectos que han resaltado en el grupo focal: mala actuación, falencias en lo técnico y logística, luego está la alternativa de *es muy aburrido* por explotar en las mismas temáticas que se han presentado en varias páginas. También, la variante *se aprende valores* porque hay casos que las historias de reflexión dejan

enseñanzas en algunas personas para su diario vivir, y para concluir la opción de *otra: repetidos* ya que la gente se cansa de ver lo mismo de siempre, pero con otros elementos o actores.

Un Escalón a la Vida – videos de reflexión

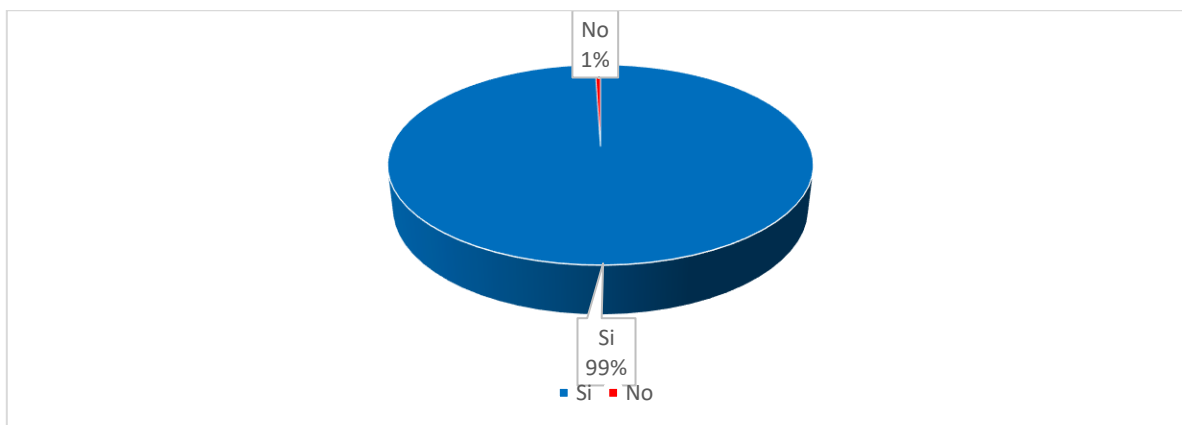
Pregunta 7: ¿Usted ha observado los videos de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’ (tratan de videos de cortometrajes actuados de la vida real)?

Tabla 9. La observación de la gente en relación a los videos de reflexión de ‘Un Escalón a la Vida’

Variables	Cantidad	Porcentajes
Si	398	99%
No	2	1%
Total	400	100%

Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Gráfico 9. La observación de la gente en relación a los videos de reflexión de ‘Un Escalón a la Vida’



Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Análisis cuantitativo:

El Gráfico 9 muestra si la gente ha observado videos de reflexión en la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’. La opción SÍ representa la mayor selección para 398 personas encuestadas que han dicho que han visto este contenido en la página nombrada que equivale el 99% y la opción NO para 2 personas que corresponde el 1%, que no tienen noción de esta página y su contenido.

Análisis cualitativo:

Al posicionarse Facebook como una herramienta de varias productoras audiovisuales, la empresa Yoon Network con su página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’, también ha buscado su espacio para dar a conocer sus videos de reflexión entre sus habitantes, también de manera nacional e internacional, sin embargo, en la parte local aún hay mucho por trabajar, porque aún hay personas que no han escuchado de dicha empresa ni mucho menos de su página.

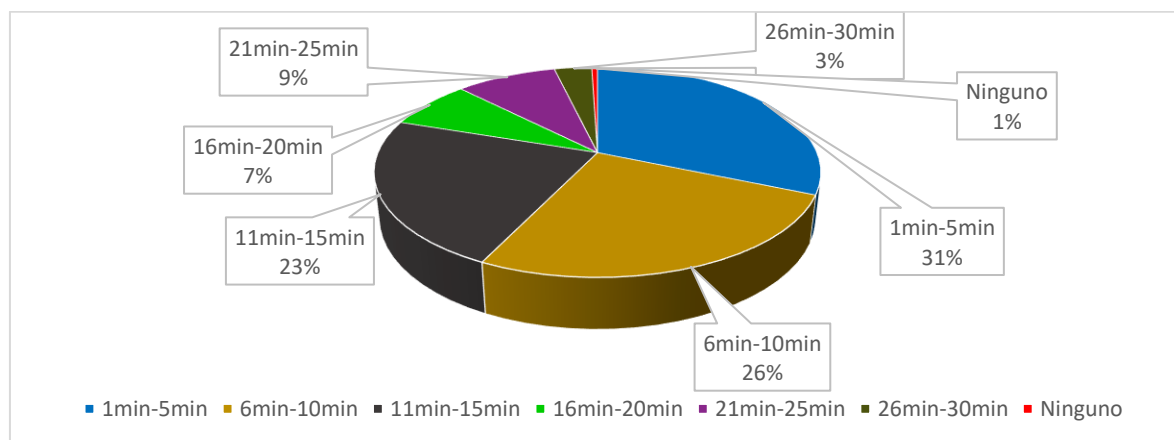
Pregunta 8: ¿Qué tiempo dedica a observar estos videos de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’?

Tabla 10. El tiempo que se dedica a los videos de reflexión de ‘Un Escalón a la Vida’

Variables	Cantidad	Porcentajes
1 min – 5 min	126	31%
6 min – 10 min	104	26%
11min – 15 min	92	23%
16 min – 20 min	30	7%
21 min – 25 min	35	9%
26 min – 30 min	13	3%
Ninguno	2	1%
Total	400	100%

Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Gráfico 10. El tiempo que se dedica a los videos de reflexión de ‘Un Escalón a la Vida’



Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Análisis cuantitativo:

El Gráfico 10 se señala el tiempo que se dedica al observar estos videos de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’. De 1 minuto hasta 5 minutos para 126 personas ocupan ese tiempo para ver los videos que difunde la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’ que protagoniza el 31%, acto seguido de 6 minutos hasta 10 minutos para 104 personas que equivale el 26%, subsiguiente de 11 minutos hasta 15 minutos para 92 personas que figura el 23%, enseguida con 21 minutos hasta 25 minutos para 35 personas que corresponde el 9%, luego con 16 minutos hasta 20 minutos para 30 personas que equivale el 7%, después con 26 minutos hasta 30 minutos para 13 personas que representa el 3% y por último la alternativa *Ninguno* para 2 personas que concierne el 1% de los que no dedican mucho tiempo en observar los videos de reflexión de esta página.

Análisis cualitativo:

El tiempo que dedican las personas de Zamora a los videos de reflexión de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’ es muy variado, desde 1 a 5 minutos hasta 26 a 30 minutos dependiendo de la duración de cada producto audiovisual, pero, también está la opción de *ninguno* porque ya saben de la temática que va a tratar el video y lo abandonan en segundos.

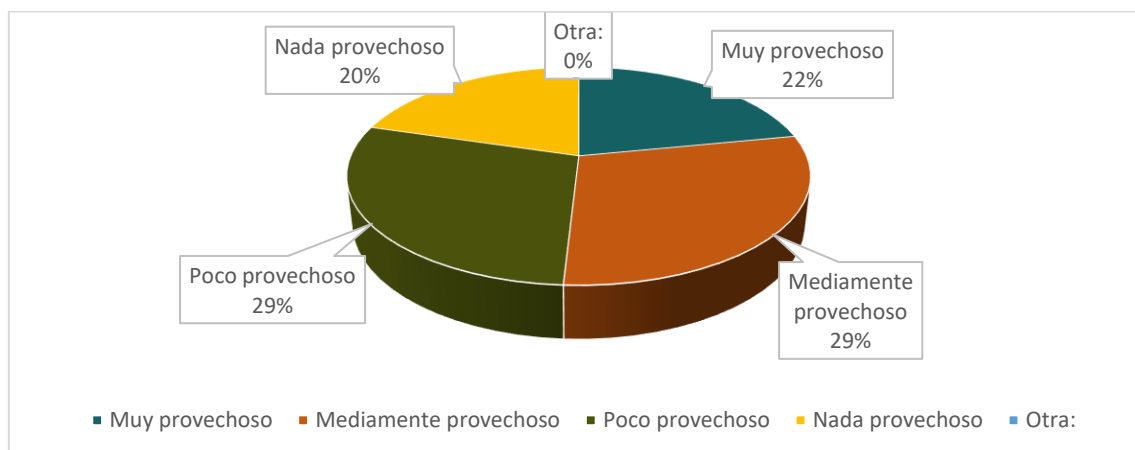
Pregunta 9: ¿El tiempo que ocupa al observar estos videos de reflexión de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’ son provechosos en su vida?

Tabla 11. *El beneficio de estos videos de reflexión en la gente*

Variables	Cantidad	Porcentajes
Muy provechoso	87	22%
Mediamente provechoso	115	29%
Poco provechoso	114	29%
Nada provechoso	81	20%
Otra: <i>¿Por qué?</i>	0	0%
Total	400	100%

Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Gráfico 11. El beneficio de estos videos de reflexión en la gente



Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Análisis cuantitativo:

El Gráfico 11 se demuestra si el tiempo dedicado a observar estos videos de reflexión en la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’ son provechosos en sus vidas. Los ciudadanos de Zamora han optado que este tipo de contenido audiovisual es *Mediamente provechoso* en su diario vivir para 115 personas que corresponde el 29%, seguidamente con una mínima diferencia en la cantidad está la elección de *Poco provechoso* para 114 personas que figura el 29%, después *Muy provechoso* para 87 personas que representa el 22%, continuamente *Nada provechoso* para 81 personas que equivale el 20% que no les parece útil este tipo de videos y para finalizar la opción *Otra* con el 0%.

Análisis cualitativo:

El tiempo que dedican las personas de Zamora a dicha página, para la mayoría es *mediamente provechoso* porque les permite entender que hay temas que aportan para su diario vivir, posterior *poco provechoso* porque sólo se quedan por ver el video repetido; si ha cambiado algún detalle o sigue siendo lo mismo. Mientras tanto, en la parte de *muy provechoso* se guían más por el sentimentalismo que origina en ellos cada historia, y para finalizar, *nada provechoso* porque consideran que es una pérdida de tiempo, ya que no aporta ningún valor sentimental, emocional, cultural, artístico, etc.

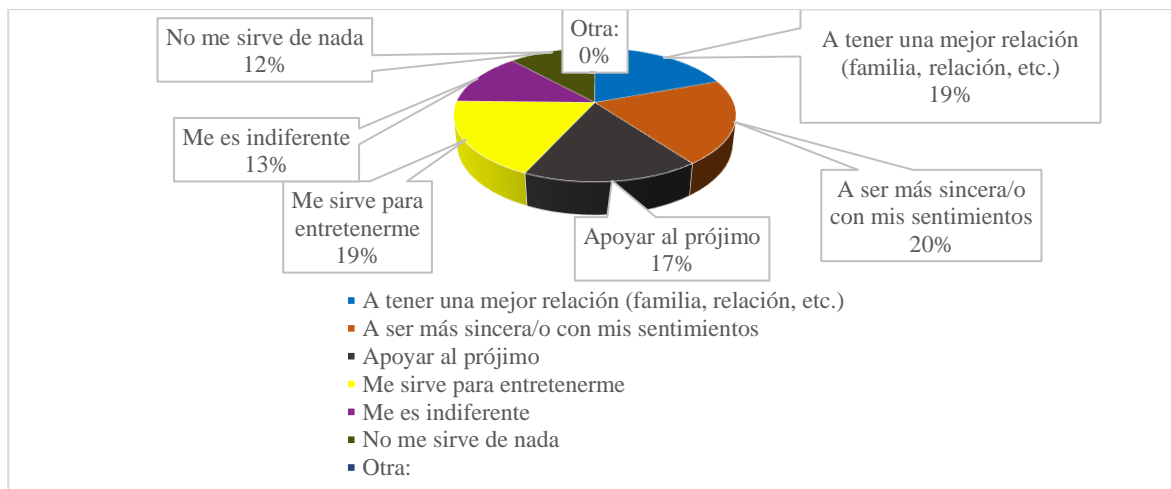
Pregunta 10: ¿El contenido de los videos de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’ aporta en su vida? ¿de qué manera?

Tabla 12. El aporte que deja estos videos de reflexión en la gente

VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJES
A tener una mejor relación (familia, pareja, etc.)	123	19%
A ser más sincera/o con mis sentimientos	129	20%
Apoyar al prójimo	108	17%
Me sirve para entretenerme	117	19%
Me es indiferente	81	13%
No me sirve de nada	75	12%
Otra: ¿Por qué?	0	0%
Total	400	100%

Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Gráfico 12. El aporte que deja estos videos de reflexión en la gente



Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Análisis cuantitativo:

El Gráfico 12 se capta si el contenido de los videos de reflexión de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’ aporta en sus vidas. Los ciudadanos de Zamora consideran que estos videos de reflexión les sirven para *Ser más sincera/o con sus sentimientos* que protagoniza el 20%, posteriormente *A tener una mejor relación (familia, relación, etc.)* que representa el 19%, en el mismo porcentaje se encuentra la selección de *Me sirve para entretenerme* que figura el 19%, después *Apoyar al prójimo* que equivale el 17%, acto

seguido está la elección de *Me es indiferente* que concierne el 13%, a posteriori la opción de *No me sirve de nada* porque toman en consideración que no les aporta estos productos audiovisuales en sus vidas, que representa el 12%, y en última instancia está la opción de *Otra* con el 0%.

Análisis cualitativo:

Ante todo, al aporte que deja estos videos de reflexión de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’ en la ciudadanía de Zamora, está la opción de *ser más sincera/o con sus sentimientos* porque hay temas que les permite entender a las personas que es mejor no callar cuando tienes que expresar lo que sientes, después la variante *a tener una mejor relación (familia, relación, etc.)* igual dependiendo del tema, ya sea casos con la familia en donde se abandona un hijo o su pareja cuando comete alguna infidelidad, seguidamente está *apoyar al prójimo* por la perspectiva de las historias que se difunden; una persona con alguna discapacidad o alguien que necesita una oportunidad de trabajo. En cambio, para terminar, está *me es indiferente y no me sirve de nada* porque para algunas personas el contenido no produce ningún conocimiento o aprendizaje para transmitirlo con sus amigos, familiares o allegados.

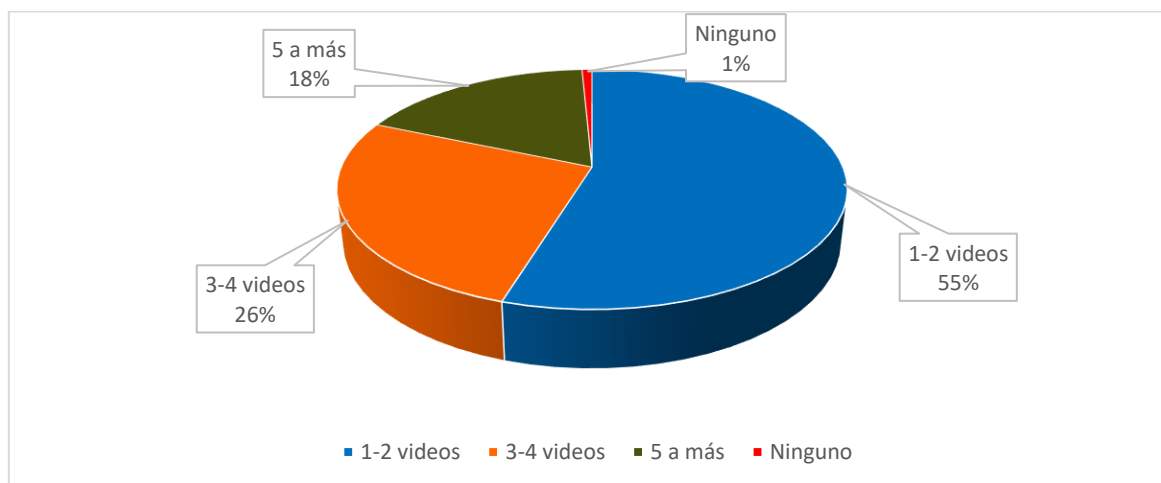
Pregunta 11: ¿Cuántos videos de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’ consume al día?

Tabla 13. Consumo que dan los encuestados al día a los videos de reflexión

Variables	Cantidad	Porcentajes
1 – 2 videos	218	55%
3 – 4 videos	106	26%
5 – más	71	18%
Ninguno	3	1%
Total	400	100%

Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Gráfico 13. Consumo que dan los encuestados al día a los videos de reflexión



Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Análisis cuantitativo:

El Gráfico 13 muestra cuántos videos de reflexión de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’ se consumen al día. Son 218 personas de Zamora que consumen al día en un total de 1 a 2 videos en esta página que simboliza el 55%, posteriormente de 3 a 4 videos para 106 personas que representa el 26%, seguidamente con la opción de 5 a más videos para 71 personas que figura el 18% y en último lugar está *Ninguno* para 3 personas que consumen un poco los videos, pero no en su totalidad que corresponde el 1%.

Análisis cualitativo:

En otras palabras, los videos de reflexión que consume la gente de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’, se encuentra de 1 a 2 videos al día dependiendo la preferencia de la temática, posteriormente de 3 a 4 videos conforme se vayan enganchando con las historias, luego de 5 a más videos, antiguos o actuales (en la empresa comparten 1 o 2 videos al día) y por último la variante de *ninguno* que influye demasiado porque hay un mínimo porcentaje que no observa el producto por completo, ya sea porque saben de qué trata o porque con la descripción no les llama la atención.

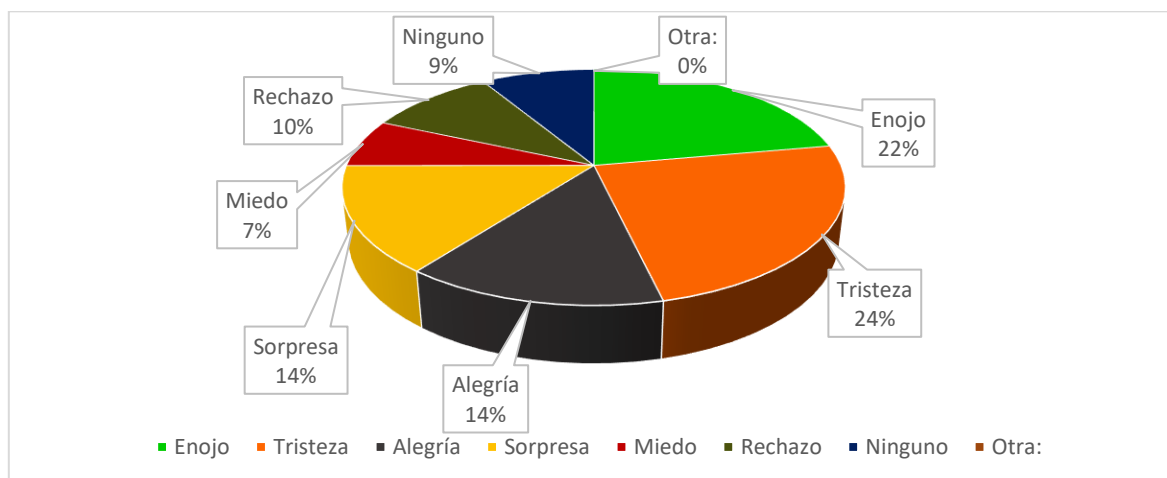
Pregunta 12: Al observar estos videos de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’ ¿qué sentimientos provoca en usted?

Tabla 14. Sentimientos que provoca en la gente al observar los videos de reflexión

Variables	Cantidad	Porcentajes
Enojo	171	22%
Tristeza	186	24%
Alegría	109	14%
Sorpresa	112	14%
Miedo	51	7%
Rechazo	75	10%
Ninguno	67	9%
Otra: ¿Por qué?	0	0%
Total	400	100%

Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Gráfico 14. Sentimientos que provoca en la gente al observar los videos de reflexión



Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Análisis cuantitativo:

El Gráfico 14 se observa los sentimientos que provoca al observar los videos de reflexión de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’. El sentimiento que les genera a 186 personas de Zamora respecto a este contenido es la *Tristeza* que protagoniza el 24%, continuamente el sentimiento de *Enojo* para 171 personas que corresponde el 22%, más adelante el sentimiento de *Sorpresa* para 112 personas que equivale el 14%, posteriormente la *Alegría* para 109 personas que representa el 14%, después está el *Rechazo* para 75 personas que concierne el 10%, luego se encuentra la opción de *Ninguno* para 67 personas que simboliza el 9%, en penúltimo el sentimiento de *Miedo* para 51 personas que les produce

dicho contenido al momento de observar, que se interpreta con el 7% y por último está la opción de *Otra* con el 0%.

Análisis cualitativo:

Al destacar el lado del sentimiento que provoca al observar estos videos de reflexión de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’, gran parte de las personas de Zamora les produce *tristeza* porque la empresa presenta temas que toca la sensibilidad de los usuarios, como: abandono de una madre a su hija, un padre pierde su trabajo o algún discapacitado que es humillado, seguidamente está el *enojo* por las diferentes temáticas en donde se muestra el maltrato a un animal, niños o ancianos, después la *sorpresa* y *alegría* que representa cuando en la historia la gente consigue algún premio por su esfuerzo en su trabajo o porque vuelven a ver a sus familiares luego de mucho tiempo, posterior está el *rechazo* porque se salen las historias de las temáticas de reflexión, a continuación está *ninguno* porque no les causa nada las historias que han consumido, y para completar, se encuentra el *miedo* porque hay historias que van direccionadas a la violencia o actos de secuestro que se han dado en la vida real.

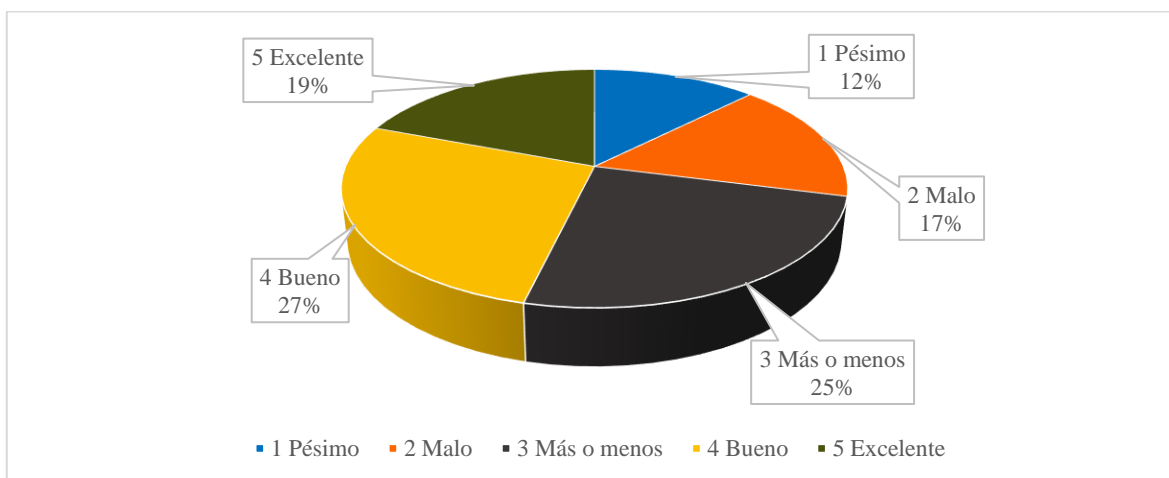
Pregunta 13: ¿Cómo califica estos videos de reflexión de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’? 1 pésimo – 5 excelente

Tabla 15. *Calificación que le dan las personas a los videos de reflexión*

Variables	Cantidad	Porcentajes
Pésimo	50	12%
Malo	66	17%
Más o menos	99	25%
Bueno	108	27%
Excelente	77	19%
Total	400	100%

Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Gráfico 15. Calificación que le dan las personas a los videos de reflexión



Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

Análisis cuantitativo:

El Gráfico 15 se analiza la calificación que se le otorga a estos videos de reflexión de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’. Dicho contenido audiovisual de acuerdo a 108 personas de Zamora es *Bueno*, encontrándose en el nivel 4 que protagoniza el 27%, subsiguientemente *Más o menos* que se ubica en el nivel 3 para 99 personas que corresponde el 25%, acto seguido está el nivel 5 con la opción *Excelente* para 77 personas que figura el 19%, luego el nivel 2 con la opción de *Malo* para 66 personas que representa el 17% y al final el nivel 1 con la variable *Pésimo* para 50 personas que catalogan como no aceptable los videos de reflexión que equivale el 12%.

Análisis cualitativo:

Una gran parte de los usuarios que consumen los videos de reflexión de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’ consideran que la mayor parte de su contenido es *bueno* y *más o menos*, por sus ámbitos técnicos, actorales y logística, seguidamente *excelente* porque cumple con todo lo necesario que abarca una producción audiovisual para ser aceptada en sus públicos, luego está la calificación de *malo* y *pésimo* porque a pesar que tenga un gran alcance la página, aún tienen falencias que deben ir mejorando en el camino.

Objetivo 3.

- *Realizar un grupo focal con ciudadanos de Zamora y analizarlo, sobre la perspectiva que se tiene frente a los videos de la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida'.*

El tercer objetivo se llevó por medio de la metodología cualitativa, para ahondar y comprender principalmente las costumbres y relaciones de las personas, de acuerdo Monje (2011) describe que se lo hace en relación del día a día de cada persona, ya sea, por los comportamientos, vivencias, entorno y razonamiento, para la recopilación y exposición generalizada de sus conceptos (pp. 11 - 12). Por demás, se lo aplicó con la herramienta de un grupo focal, para conseguir opiniones de la gente en cuanto a un tema que se está abordando, ya sea en un espacio formal, eso quiere decir, un lugar que se prepara para invitar a los participantes y llevar a cabo la entrevista.

En este objetivo se utilizó la técnica del grupo focal e instrumento del cuestionario, en donde se estableció una entrevista a un total de 8 personas (4 hombres y 4 mujeres) de la ciudad de Zamora: 4 ciudadanos, 2 actores de Ecuamedios en Zamora, 1 foto-documentalista en temas del territorio y medio ambiente en Zamora y 1 persona que trabaja de logística en Yoon Network.

El grupo focal se dirigió en Zoom, con una duración de 2 horas, que empezó desde las 15h00 hasta las 17h00, grabada en video y audio. Con la siguiente introducción:

“Bienvenidos a todos por ser parte de este grupo focal y por darse cita, este sábado 18 de junio de 2022. Hoy haré algunas preguntas relacionadas a la perspectiva que tienen ustedes frente a los vídeos de reflexión, tomando en cuenta dos variables, es decir, se dará su punto de vista de manera general enfocados en empresas como Ecuamedios, Nigman Network, Vadube, entre otras y en lo específico solo se hablará de la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida' de la empresa Yoon Network.

También recordarles que se debe respetar el comentario que aporta cada miembro de la reunión, siendo el caso pueden agregar su opinión, pero con fundamentos. Asimismo, con la autorización de ustedes me permito grabar en audio y video la entrevista, para eso pido mantengan encendidas las cámaras”.

PREGUNTAS:

1. ¿Qué opina de las páginas que presentan videos de reflexión? Ecuamedios, Nigman Network, Davier Network, Vadube, etc.

De acuerdo a Santiago León, que se dedica al foto- documentalismo en Zamora, él opina que por provenir de un mundo del fotoperiodismo de foto documentalismo, él está muy alejado de los temas muchas veces comercial, pero el contenido que se ha ido desarrollando ahora en Zamora y Loja, es uno de los nichos más grandes que existe ahora mismo. Además, el negocio está sólo para crear y repetir, porque entre páginas se hacen los mismos guiones y se siguen las mismas tendencias. Entonces, falta mucho por parte de estas empresas para que intenten crear un contenido nuevo y que vaya alzando la vara de la producción audiovisual, que sólo buscan generar ingresos, no está mal, pero se necesita innovar. (18 de junio de 2022)

En cambio, Yomayra Betancourt, que trabaja como parte de logística en la empresa de Yoon Network, considera que hoy en día hay un control + C y control + V dentro de lo que son guiones y ahora no se trata de concientizar a la población y de llegar con un mensaje real, si no solo por conseguir un like y generar más ingresos en la empresa, entonces más sería los videos con un fin lucrativo, mas no con un fin de concientización en sí. (18 de junio de 2022)

Por la misma rama, Rommel Chiriboga, ciudadano de Zamora considera que las empresas llevan adelante estos productos simplemente para generar dinero. Es ingreso bruto que se puede percibir a través de una plataforma digital subiendo cualquier x contenido que dentro de lo que cabe no tiene ningún tipo de proceso de enseñanza, aprendizaje o reflexión que se pueda transmitir a la población en general. (18 de junio de 2022)

Entretanto, Pamela López, actriz de la empresa Ecuamedios manifiesta que es cierto que hay un copy y pega, pero si se piensa desde el punto de vista de las empresas, hay que enfocarse en generar ingresos y no hay que centrarse en crear solo contenido original, también hay que entender que las personas que ven este tipo de reflexiones muchas veces la observan para ver la copia ecuatoriana o la copia colombiana, para a ver como se adapta los guiones y si se va creciendo en números. Es por eso que las empresas no han generado lo que es guiones originales, sino guiones repetidos, porque es lo que pega. (18 de junio de 2022)

A pesar que sea repetido es mejor adaptarlo a nuestra cultura, porque en otros lugares hay nombres también que aquí los conocemos de diferente manera y últimamente también han cambiado bastante las ideas en los videos que la empresa ha presentado en la página, han sido innovadores y la verdad en lo personal habido un video que me ha llegado, por las muchas emociones que se sintió y ha impactó porque no ha sido el típico video que se ha visto, en varias páginas con los mismos personajes, la misma idea. Han evolucionado desde un inicio hasta ahora y las ideas conforme van experimentando, también van apareciendo nuevas ideas; adaptarlo a nuestra cultura, a nuestra sociedad. (Rodríguez, 2022)

Asimismo, Isabelle Rodríguez, ciudadana de Zamora estima que sería bueno implementar videos con nuevos mensajes y ver problemas que se vive a diario, problemas que se debe hablar como: el abuso sexual, la salud mental o problemas así, que todos viven o están enfrentando actualmente.

No obstante, estos videos de reflexión están perdiendo su objetivo porque en muchas de las historias sólo enseñan como tirar agua, basura y humillarlos de una manera despectiva. Más se debería hacer de otras temáticas porque la gente ya está cansada, justamente un taxista una vez me decía que se mete a Facebook y ve el vídeo de la chica humillada, y luego veo otro vídeo de casi el mismo guion; sólo cambia el elemento. Va llegar un límite donde la gente los va a dejar de ver, porque ya no se ha convertido en vídeos de reflexión, sino simplemente un vídeo más, de todos los que hay en Facebook. Aunque hay un aspecto muy evidente, si no me gusta el video, igual crítico y si me gusta el video, igual crítico, y esto suma para los dueños de estas páginas. (Samaniego, 2022)

En cuanto el punto de vista de Wilson Herrera, actor de Ecuamedios es respecto al trabajo de un actor que a pesar que la historia sea repetida, hay que enfocarse en el trabajo del actor, porque cuando entrega sentimiento y todo de sí, la historia llega mejor. Incluso, hay que trabajar más con las locaciones para no volver monótonas las temáticas.

Cada uno ve su percepción de acuerdo a una comparación de los productos a nivel internacional. Según Yesenia Armijos (2022), tanto Zamora y Loja se están abriendo a ese mercado, y para ser competitivo en esta vida se necesita adaptarse a lo que los demás hacen para meterse en ese mercado. Tal vez, cuando la empresa como tal adquiere una estabilidad, pueda hacer vídeos que vayan acorde a sus ideas porque ya tienen forjado una imagen, ya se

oye su nombre entre más personas o entre otras empresas. Entonces cuando ya tengan una estabilidad en el mercado, ellos podrán apostar en hacer vídeos incluyendo el turismo, temas como la estabilidad emocional o haciendo vídeos de charlas. No hay que verlo por la parte de ingresos porque si es verdad, es importante, pero la gente quiere prosperar.

Análisis:

En la pregunta 1 que trata de la opinión de las personas con respecto a las páginas que difunden videos de reflexión. Los 8 entrevistados van por la misma línea al mencionar que los contenidos carecen de creatividad porque se basan en las mismas temáticas, en vez de englobar temas que suceden a diario y la poca preparación de los actores hace que el producto audiovisual se vuelva monótono.

No cabe duda, que las empresas audiovisuales se están enfocando en temas que generen un alcance popular y económico, dejando de lado el objetivo de estos productos que es llegar con sus mensajes de reflexión.

2. ¿Su perspectiva en cuanto al contenido de las otras páginas de videos de reflexión y ‘Un Escalón a la Vida’ es la misma o no?

Para Chiriboga (2022) sigue siendo lo mismo: repetitivo, poco ilustrativo, carece de ideas fundamentales, concretas, específicas y falta de actuación por parte de las personas. Es decir, se requiere un poco de preparación para poder impartir, impulsar un proyecto y más. Estamos hablando de vídeos que va a haber un millón de personas, faltarían esos aspectos importantes para poder cuajar dentro de lo que cabe el mercado o la industria audiovisual. (18 de junio de 2022)

Faltarían también otros factores importantes que es el desarrollo, preparar a los actores en actuación y grabación. Tomar en cuenta, que los lugares no se vean interrumpidos por el ruido de los vehículos, gritos de niños o un factor externo del ambiente, porque esto ocasiona un inconveniente y malestar dentro de la gente que ve el contenido. (Chiriboga, 2022)

Sino no experimentas no aprendes, sinceramente la productora ha evolucionado bastante. Además, si es bueno prepararse porque algunos videos que no tienen noción, por ejemplo, cuando tienen algún enfermo en una camilla, deberían prepararse en esa rama,

preguntando a un médico que implementos se necesitan o tal vez con un psicólogo para dar algún consejo para llegar a la gente. En algunos vídeos que he visto, no en el caso de esta empresa, pero sí he visto que ellos a través de los comentarios aprenden de las recomendaciones para ir evolucionando, descubriendo, experimentando con varias cosas y es bastante importante leer los comentarios, porque ahí ya sabes que la gente es mala y a veces te quieren hacer una maldad o un bien, pero te comentan lo que tú puedes mejorar, en ese aspecto deberían enfocarse las empresas un poco más para su preparación. (Rodríguez, 2022)

“De todas las empresas rescato lo bueno y lo malo, porque igualmente en los comentarios uno se da cuenta de algunos detalles que ni nos hemos percatado” (Herrera, 2022). Entonces los comentarios en su mayoría no son malos, porque uno se va basando en eso y sabe en qué mejorar. Si sería conveniente prepararlos cada día, capacitar a los actores, a todo el equipo y el personal, porque así tendrán mejores resultados. (18 de junio de 2022)

En esta página de ‘Un Escalón a la Vida’ todo cuenta, desde los implementos que se utilizan en la escenografía, el sentimiento que los actores le ponen a su papel, porque si en el guion está que llores y no lo haces así, el espectador no se engancha con la historia y el espectador va a cambiar de video totalmente, porque va a decir: hasta aquí me quedo. También depende de las empresas crear capacitaciones de actuación, porque un actor se debe preparar antes de su papel. Entonces todo esto es un proceso, porque se ha observado que algunas páginas que comenzaron con actores que no podían actuar, ahora están avanzando mucho. Además, puede ser el mismo guion, pero si le pones sentimiento, por ejemplo, si te toca hacer de malo y lo interpretas super bien, vas a enganchar al espectador de principio a fin. (Samaniego, 2022). De igual forma, Armijos (2022) considera que necesitan más preparación de la parte de los actores.

“Hace dos semanas vi un vídeo de una empresa de Zamora que era de un niño, en donde había fallecido su mamá y él llamaba al ECU 911” (Samaniego, 2022). Se lanzaron en dos páginas diferentes, pero la actriz que interpretó el papel de la mamá, generó varias emociones.

Entonces, todo tiene un propósito, ir preparando al equipo de trabajo, capacitarlos, darles talleres porque al final te va a ayudar como empresa. En ‘Un Escalón a la Vida’ los

vídeos, algunos si son repetidos el guion y si les falta interpretación en algunos actores. También hay que fijarse en la escenografía, por ejemplo, si sales de un doctor y no tienes una bata blanca y sales con una camisa blanca, no es lo mismo. Entonces todo elemento, hasta el manejo de cámara que se realiza va a contar para que el producto audiovisual final se vea muy bien. (Samaniego, 2022)

En cambio, López (2022) piensa que los videos de Yoon Network son repetitivos, pero no es problema de los actores porque un actor profesional primero no se capacita de un día para el otro, son años de experiencia. Seguidamente para que le den un papel, hablando en temas profesionales, le dan con semanas de anticipación para que la persona se pueda mentalizar psicológica y personalmente para el personaje, sin embargo, para las reflexiones, que duran entre quince a veinte minutos como máximo, la preparación es poca. Además, un actor profesional no va a cobrar lo mismo que un actor que recién está iniciando. También hay que recalcar que hay actores que no tienen su título de actor, pero son de corazón, lo hacen porque les apasiona, les gusta y poco a poco se van puliendo. (18 de junio de 2022)

De igual manera, López (2022) dice que “antes que nada, si yo fuera dueña de una empresa, haría un casting general y ver la personalidad de cada persona para saber en qué papel puede interpretar mejor de acuerdo a su personalidad”, porque ahí creo que llegaría mucho más los vídeos, quiera o no Zamora no tiene un lugar neto para poderlos capacitar al cien por ciento en actuación. Posiblemente si se hablara con la gobernación o el alcalde se podría incentivar a Zamora, dando un edificio para la capacitación de actuación. (18 de junio de 2022)

Además, hay que entender que el modelo de negocio de estas empresas, es generar dinero a través de las visualizaciones. Bueno, no tenemos números de cuánto están generando cada empresa, no se sabe cuántos empleados tienen, tampoco cuál es la calidad de los empleados que tienen, porque se puede felicitar y aplaudir que algunos empezaron desde la forma más empírica, grabar con un celular y su contenido ha pegado. No obstante, ya llegaron a tener un posicionamiento, a tener visualizaciones, presupuesto como para elevar la producción, pero ver que siguen repitiendo lo mismo como son los vídeos de reflexión, a dejar a dudas no quieren prosperar. (León, 2022)

Puede haber el apoyo de las entidades públicas y privadas del Estado, lastimosamente el negocio en Zamora está muy mal llevado, porque a los actores les pagan treinta dólares al día por un vídeo que van a generar más de cinco mil dólares, en caso de las empresas grandes. Entonces, León (2022) argumentando a esta situación opina que falta muchos conocimientos, desde la parte técnica hasta la parte legal, porque no se sabe cómo llevan ese tema. Los actores de Yoon Network, Ecuamedios, por tomar las dos más grandes de las otras empresas, se repiten. Entonces, no hay un crecimiento de estas empresas, no hay el interés de mejorar su producción, a lo que deben apuntar, asimismo, muchas de las empresas que no están legalmente posicionadas, no tienen todo en regla y hay que ver eso primero para que pueda crecer una industria que tiene gran potencial. (18 de junio de 2022)

De hecho, si se repite y bastante, pero aquí vamos a enfocarnos de qué vídeos se está repitiendo el contenido que se está produciendo en Yoon Network, ya que no es sólo esta empresa la que viene a replicar el contenido, sino son algunas de las empresas que van a lo mismo. (Betancourt, 2022)

En Zamora en ser emprendimientos nuevos, esto de actuación no se cuenta con actores profesionales, más bien se cuenta con personas que tienen un don de actuación. Entonces, hay personas que, como bien no pueden ser estudiados, porque no hay una escuela de actuación o algo que gestionen un taller para personificar o para trabajar en las modulaciones de voz o de gesticulación para poder actuar. (Betancourt, 2022)

Entonces, con lo único que se cuenta es con principiantes o personas que les gusta actuar. Posteriormente al momento de buscar una persona que personifique un guion, más bien se tendría que fijar en ver las cualidades de la persona. La cosa es ver que esa persona actúe bien, que pueda llegar con el mensaje al espectador porque ellos esperan más, que les llegue un sentimiento, se sientan identificados porque les pasó lo mismo. Uno como espectador se fija en esos detalles, porque si no le llega empiezan a decir que pésima actuación y dejan de ver el video. (Betancourt, 2022)

Análisis:

En la pregunta 2 que consta de la opinión de las personas en cuanto al contenido de los videos de reflexión de otras empresas y de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’.

Los 8 entrevistados rescatan igualmente que el contenido sigue siendo el mismo, falta capacitación de los actores, no se preocupan en la parte técnica y deben prestar atención a los comentarios de los usuarios, porque ellos se dan cuenta de algunos detalles que las empresas dejan a lado: logística, preparación técnica y actoral.

No obstante, todas las empresas siguen en la misma dirección porque están más seguros de contenidos que ya han resultado positivamente en otras páginas y consideran que lo mismo pasará en la suya, como es el caso de ‘Un Escalón a la Vida’, tal vez dejando de lado la esencia de su territorio que es rico en biodiversidad y gastronomía como es en Zamora. Sin embargo, al alcanzar popularidad están perdiendo el arte de la producción audiovisual, porque cuentan con el equipo técnico y humano, pero quieren optar por la misma línea para obtener más ingresos, sin una adecuada preproducción y postproducción.

3. ¿Qué sentimientos, emociones, sensaciones le provoca al ver estos vídeos de reflexión? general- específico.

El contenido que consume de videos de reflexión en Facebook, León (2022) es más dirigido a una productora de Perú, en donde ellos tienen un contenido que adaptan guiones de novelas peruanas y que lo adaptan al formato para Facebook y claro, hay que tener en cuenta que Perú lleva años en temas de producción y productoras. Entonces, hacen un casting para una persona que puede transmitir un buen mensaje y ese contenido engancha muy rápido, hasta por la forma a veces ni por el mensaje, sino por la forma en como lo actúan y hay un trabajo de preproducción. (18 de junio de 2022)

Por el contrario, al ver un contenido de redes sociales que se crea en productoras de Ecuador y más en Zamora, es tratar de repetir siempre el mismo mensaje y también se está apuntando a ciertos públicos que no van a ganar nada intelectualmente con esto, porque sólo lo que buscan es un sensacionalismo, tal vez de la pobreza, un sueño que se tiene y realmente no se llega a nada que se pueda aprovechar. Luego al analizar este vídeo desde la parte técnica de la producción hay muchas falencias, a veces uno se da cuenta que no cuidan la fotografía, se ve una persona actuando y una persona en el fondo leyendo un guion o una persona despistada no se sabe que está haciendo ahí. Entonces si falta revisar la parte técnica, porque se deja esa sensación que no hay un trabajo previo. (León, 2022)

“De un vídeo de Yoon Network, hay uno sobre un payasito que trabajaba para poder sacar adelante a su niña y me gustó bastante, porque se reflejaba esa empatía, esa conexión entre la pequeña y el actor” (López, 2022). Entonces si se centra en ver a las empresas, un actor va a destacar porque le mete pasión en lo que hace. De ahí externamente hay un canal estadounidense que hace reflexiones, sobre una chica discapacitada que trata de ingresar a un restaurante y no la dejan pasar porque no cumple con los protocolos para el restaurante y la discriminan. La producción de esa es muy buena, porque en Estados Unidos hay más locaciones, hay gente que está capacitada al cien por ciento en actuación, ahora bien, en Ecuador poco a poco se ha tratado de abrir esa puerta para crear nuevos talentos, todos los días no son buenos, pero si hay algunos videos que los hicieron súper bien y tristemente no siempre tienen las visualizaciones que se esperan porque así es el algoritmo. (18 de junio de 2022)

Según Herrera (2022) manifiesta que le gustan todos los videos porque de todos ellos se destaca lo bueno, malo y uno se autocritica cuando sale de actor para mejorar. De todos se aprende tanto como actor, incluso para dar sugerencias a sus directores, porque aparte de ver para uno mismo también se ve para la empresa.

Los vídeos llegan dependiendo del estado emocional de cada persona porque he visto que hay gente tan estancada con su vida, que lo único que hacen es no disfrutar del contenido, solamente dejan comentarios ofensivos y se van, ni siquiera lo observan. (Rodríguez, 2022)

En cambio, en Yoon Network “hay un vídeo que me tocó, lloré, lo sentí... Fue cuando una hija se portaba mal con la mamá y perdió la vista, y la mamá le donó sus córneas” (Rodríguez, 2022). Uno siendo una persona sensible, le llega más pronto porque hasta se da cuenta que el amor de una madre es tan grande que es capaz de sacrificar su propia felicidad por sus hijos y una como madre, le genera una sensación en particular porque lo relaciona con su vida y con algo similar que le ocurrió. En otras páginas hay muchas historias que dejan una reflexión muy aparte de la actuación, muy aparte del escenario y todas esas cosas, más se centra en el mensaje. A veces sí hay unos actores que no actúan perfecto, pero el mensaje que quieren transmitir llega, dependiendo de la actitud que tenga la persona. (18 de junio de 2022)

Un video que impactó de Yoon Network, es de un niño que tiene una capacidad especial y lo humillaban. Realmente, involucrar este personaje dentro de ‘Un Escalón de la Vida’, es algo de lo que mejor ha hecho la empresa en estos últimos tiempos, porque es como que está dando nuevas oportunidades a personas que no son diferentes, pero sí que tienen capacidades diferentes a las de nosotros. (Betancourt, 2022)

De las productoras de afuera, hay un guion que lo hicieron en México y aquí lo replicaron todas las empresas, pero más se ganó al espectador uno de Ecuamedios de un vagabundo que era mudo y le secuestraron a su hija, porque de todas las empresas el que me mejor actuó fue la empresa de Ecuamedios, ya que tuvo un final que impactó demasiado y me llegó mucho la historia. (Betancourt, 2022)

“Un vídeo que a mí me llamó la atención de la página ‘Un Escalón a la Vida’ se trataba de dos hermanas, la madre tenía más inclinación por el bienestar de una y la otra no le interesaba a pesar que era muy estudiosa” (Armijos, 2022). Entonces ese vídeo fue el que me mantuvo en la expectativa, pues si hay el mismo vídeo en otras páginas, pero no causó el mismo impacto, “no sé si era por parte de los actores, pero no me llegó el mismo sentimiento” (Armijos, 2022).

El video de la empresa Ecuamedios que me llamó mucho la atención y me impactó, es de un niño que se le muere la mamá y él llamó al ECU 911. Me llamó la atención de cómo interpreta cada uno de los actores. Otro vídeo que hizo Ecuamedios es de una niña que la secuestran porque su mamá estaba grabando un Tik Tok y cuando la manda a la tienda los secuestradores se la llevan. Se me hizo tan parecido al caso de Emilia, entonces pues como que me impactó muchísimo; la verdad en esos momentos estaba pasando por una pérdida, entonces me dio tanto sentimiento ver ese video. (Samaniego, 2022)

En cuanto, los vídeos de Yoon Network uno de los que me llamó mucho la atención y me dio mucho sentimiento, fue de una mamá que abandonó a su hija y esposo, su hija tenía un problema de salud, no recuerdo muy bien el trama, pero como lo interpretó el actor que era papá lo hizo increíble, porque recuerdo que un día antes hablé con el actor que iba a interpretar este papel porque lo vi leyendo el guion y dijo que antes de actuar, él se mete en el personaje, no sólo se aprende el guion como tal, sino que trata de que cada palabra que salga de su boca sea interpretada como tal. Entonces, lo que llamó la atención es ver su

preparación, porque había partes en donde tenía que llorar y obviamente, si lloró porque hay unas actuaciones tan falsas que te ponen mentol y se ve a leguas lo que te ponen. Entonces no va a llamar la atención, como que a ti te da de sentimiento. (Samaniego, 2022)

Soy un observador más y analizó cada uno de los vídeos porque me llama de cierto modo la atención. En vez de dar una reflexión, me causan gracia, risa, no tengo ningún sentimiento, emoción, empatía, por esos vídeos que transmiten. Hay unos videos que suben y que son tan mal actuados, que supuestamente quieren hacer una reflexión de una niña secuestrada o de que va a abusar de una niña cuando simplemente te da risa las actuaciones que realizan porque no tienen una preparación adecuada. No lo digo aquí en Zamora, sino, de otros afuera, porque en Guayaquil he visto una empresa que se dedica a estos vídeos y me dan risa, no una reflexión. (Chiriboga, 2022)

Hablando netamente de la empresa ‘Un Escalón a la Vida’ si he visto unos videos, pero tampoco me da nostalgia o algún tipo de emoción al ver esos videos porque uno que es preparado y tiene su experiencia, ha visto demasiadas películas, ha viajado por el mundo, sabe lo que es actuación, sabe lo que es un enfoque, los cortes, el cambio de cámara, los escenarios, los colores sin intensidad - con nitidez, preparación de los actores y para mí ninguna de esas actuaciones ha representado algún tipo de emoción, reflexión y repito, simplemente han sido unas actuaciones más en las cuales la gente pretende generar ingresos diarios o vivir de eso. (Chiriboga, 2022)

Análisis:

En la pregunta 3 los entrevistados explican si los videos de reflexión que han observado les han causado algún sentimiento, emoción o sensación de manera general y específica (‘Un Escalón a la Vida’). Los 8 entrevistados continúan mencionando que el punto de descenso de las empresas es seguir con las mismas ideas de producción, no percatarse en la preparación actoral, técnica y logística. Asimismo, algunos consideran que ciertos videos de manera externa les ha provocado algún sentimiento por el gran desarrollo y trabajo que han dedicado, sin embargo, otros les causa risa porque se pierden el hilo de la historia.

De forma semejante, las productoras independientes deben apostar por conocer su campo, desde sus virtudes y falencias, para evitar que su público se canse de su contenido.

No está mal que las personas hagan comparaciones de manera internacional y nacional en el ámbito audiovisual, porque ellos también se están formando cultural y artísticamente. Además, es un dilema los sentimientos, emociones y sensaciones que provoca cada producto audiovisual, porque es muy cierto lo que dijo una de las entrevistadas, a veces la gente lo acepta o lo rechaza de acuerdo a su ánimo de actitud o situaciones por las que ha vivido.

4. ¿Usted cree que el contenido presentado en los vídeos de reflexión aporta a usted, a la sociedad? Si – no (¿por qué?), ¿Recomendaría esta clase de contenido a sus hijos, padres, pareja, amigos, etc.? Si – no (¿por qué?) general – específico.

No aportan en nada, simplemente es un vídeo que, obviamente, si un amigo me solicita ver el video para que ellos tengan algún tipo de fuente de ingreso, lo haría, pero de ahí a recomendarlo no absolutamente para nada, ni a un familiar ni a nadie, por la escasez de contenido, la poca originalidad, los diferentes temas no son dignos, yo no lo recomendaría, no causan ningún tipo de sensación. (Chiriboga, 2022)

La verdad que en su totalidad tampoco lo recomendaría, porque hay videos que no aportan, no te llaman ni siquiera la atención, porque es repetido y ya nos cansamos de ese contenido, en vez de aportar ya te aburre. Entonces yo creo que hay diferentes perspectivas de las personas, porque puede que te lo comparta porque le llegue, pero a otros a lo mejor no. (Samaniego, 2022)

Hay vídeos que, si se pueden recomendar porque tienen buenas reflexiones, si pueden llegar al espectador, pero hay veces que la propia página no transmite siempre el mismo mensaje. Debe ser por el cambio, los diferentes guiones, en realidad ciertos vídeos si los recomiendo, pero la página no. (López, 2022)

En realidad, yo no comparto esos temas, mis redes sociales se enfocan en otros temas. El contenido no me gustaría recomendarlo, porque tiene muchas aristas, uno de ellos, es la sexualización de los vídeos, porque son a veces reflexiones y terminas viendo otras cosas. El producto en sí no lo recomiendo de la empresa Yoon Network, porque no genera en mí ninguna enseñanza, pero también no les diría que no lo vean, porque cada quien tiene su forma de percibir las cosas y analizar. (León, 2022)

Dependiendo del mensaje y de lo que trata el vídeo. Hay veces en las que me llega un vídeo y le he dicho hasta mi niño para verlo juntos. Entonces, dependiendo del contenido del video, porque si se trata de vídeos que lancen temas de violencia y temas sexuales, no lo voy a compartir a mis hijos. Solamente las reflexiones que me llegan a mí y creo que pueden aportar en algo a mis hijos les compartiría. (Armijos, 2022)

Si lo recomendaría, pero a personas con criterio formado, no a pequeños ni nada de eso porque a través de ello pueden tomar más conciencia. Aunque si alguien me pide que le recomiende una página, lo haría, porque a todos nos causará una diferente emoción o sentimiento. (Herrera, 2022)

Los vídeos que no se repiten sí los he compartido, también depende de la persona a la que tú decidas compartir. Por ejemplo, algunas personas no se enfocan en el contenido, son más observadores, no solo ven la idea del video, sino el escenario, la actuación y son demasiado críticos. Si he recomendado a personas que creo que les va a servir ese contenido. Con todo, así se empieza una empresa, con errores, con aciertos, con cosas malas, porque nadie nace siendo perfecto y sabiéndolo todo. Han avanzado muchísimo y tal es el caso de Ecuamedios, al principio los vídeos no eran de calidad como lo son ahora y eso fue porque ganaron popularidad, han ganado dinero, porque hasta la escenografía es mucho mejor, pero de cierta manera sí tienen algunas falencias. (Rodríguez, 2022)

En lo personal para Betancourt (2022) no le aporta mucho, por lo general siempre son historias de la persona que humillan. En el caso de los niños, se incita a la violencia, al bullying; no le gusta ese tipo de contenidos. Piensa que son muy pocos los que son rescatables, que tiene un inicio y un final interesante.

Análisis:

En la pregunta 4 con respecto al contenido de los videos de reflexión si aporta o no a los entrevistados, la sociedad y si lo recomendarían a sus hijos, padres, pareja, amigos, etc., de manera general y específica ('Un Escalón a la Vida'). Los 8 entrevistados consideran que todo depende de la perspectiva de cada persona, porque para algunas personas el mensaje de la historia les llegará y servirá, pero en otros casos no le toman importancia porque no les deja ninguna enseñanza o valores. En cambio, para compartirlo, hay diferentes aristas: se lo

comparte porque un amigo les pide o les gusta el video, sin embargo, no lo hacen porque el mensaje de los videos de reflexión se sale de contexto o no aporta en nada para las personas, amigos ni familiares.

En efecto, por los productos audiovisuales presentados en las diferentes páginas es evidente que se están saliendo de la línea a lo que conllevan los videos de reflexión, tanto como comentaron algunos entrevistados estas empresas se están guiando al sensualismo o crean contenido con temas muy fuertes para el público menor. Por eso, la cantidad de personas que comparten los videos es mínima, porque se fijan en cada detalle, tanto técnico como humano.

5. Por último, ¿qué considera que les falta a estas productoras para mejorar en la industria de la producción audiovisual?

Bueno esto es algo que se lo analizaba desde la academia, si no buscas crear otro tipo de contenido o te votas a otros formatos, se va a colapsar por completo y se va a acabar. Entonces, si no abren camino a la originalidad se va a perder lo que ya han construido, porque hay oportunidades de otra forma. Encima, este tema de las reflexiones va a llegar a un punto que no va a servirle a nadie. Ya no es lo mismo, antes como ahora, se van a cambiar las plataformas, se va mirar a otro lado y bueno, no hemos aprovechado el momento para crear. Una industria en Loja o en Zamora está muy atrasada en el tema de producción audiovisual. En lo que respecta de Guayaquil y Quito, se respeta el actor, el equipo de producción y ya se crean cosas para fuera, porque lastimosamente del mercado dentro poco se habla, pero hay piezas audiovisuales que afuera ya se ven mucho. (León, 2022)

Simplemente un poco más de orientación, capacitación que tengan que tener las empresas para con los actores, más originalidad, impulso en las plataformas para que pueda llegar a mucho más público, inclusive en el extranjero. Dependiendo de eso, también se podrá ver un mayor aumento dentro de los seguidores y generar algún tipo de ganancia extra para los propietarios de estas compañías que se dediquen a este tipo de negocio. Eso se podría orientar, claro, tendrían que cambiar drásticamente ya el contenido que están produciendo, porque esto de reflexiones para mí no tiene ningún sentido; simplemente tendrían que buscar otro nuevo contenido que sea fructífero para la compañía y que genere ingresos para ellos. (Chiriboga, 2022)

Yo creo que eso no se va a acabar, porque no estamos hablando de cientos de personas, hablamos de millones de personas y es cierto, puede ser que las reflexiones, cansen, sean repetitivos, pero ahí va la cosa de que la empresa comienza a crecer, si cada una de las empresas habla directamente con Facebook y dijeron sabe que vamos a hacer guiones originales, no más copyright, pues ahí habría un corte final. Si nos damos cuenta Facebook es libre de crear cualquier tipo de contenido y eso del derecho de autor no está aún posicionado, pero cuando se posicione cada empresa va a evolucionar. (López, 2022)

Se va a evolucionar con el tiempo, mira hay actores que tienen discapacidad, antes no se veía esto. Los utilizaban en el cine en el circo y no llegaban a más, ahora se las utiliza a las personas con discapacidad y en papeles más profundos. Ya se está viendo un cambio, en gente de diferente etnia, nacionalidad y yo creo que van evolucionando para bien. (López, 2022)

No se va a acabar, de cierta forma se va a disminuir el porcentaje de las personas que vean los videos. Pero no creo que se acaben porque se adaptan al mercado estas empresas, si ya tienen posicionado, un nombre, igual van a seguir de cierta forma. Tal vez disminuya sus ingresos o algo, pero se va a mantener. (Armijos, 2022)

Con el tiempo la gente igualmente va hacer contenido nuevo, aunque digan que se están copiando y si siguen fiel a la página se darán cuenta al momento de si su contenido es nuevo (Herrera, 2022).

Falta un poco más, es que es un pro y en contra, porque en Zamora no hay un nivel de profesionalismo que se necesitaría para hacer una buena interpretación, entonces depende también bastante de la originalidad de los vídeos, que en este caso no hay mucho y si no estoy mal, he visto en 'Un Escalón a la Vida' guiones que fueron nuevos, pero no tuvo visualizaciones. (Betancourt, 2022)

Las grandes empresas empezaron en una cochera, en un lugar que nadie le tenía fe y lo que sí tienen que hacer desde mi punto de vista, es prepararse un poco más en la actuación, porque para ser actor se necesita estudiar, no solamente dices quiero actuar y ya. (Rodríguez, 2022)

El factor económico siempre va a ser un punto importante para que una empresa salga a flote. En relación a las ideas, tienen buenas ideas, solamente les falta analizar el mercado, ver qué es lo que la gente quiere y es difícil llegar, pero cierto número va a ir llegando poco a poco. En la empresa de Ecuamedios ellos jamás pensaron en llegar a este nivel internacional. Yoon Network puede lograrlo, solamente creo que es implementar ciertas mejoras así tengan que perder, pero así se empieza perdiendo, sino no pierdes no ganas y hay que aprender a perder para poder aprovecharlo y disfrutar el ganar. Hay que implementar más ideas, estudiar el mercado, qué es lo que más llama la atención, qué llega más, qué emociones provoca. Por otra parte, hay gente dura que por más que le presentes un vídeo del maltrato animal, no les llega. Entonces hay que analizar bastante, que es lo que la gente quiere, así digan que no, pero hay patrones que se repiten de comportamiento. (Rodríguez, 2022)

Análisis:

En la pregunta 5 que figura qué falta a las productoras para mejorar en la industria de la producción audiovisual. Los 8 entrevistados opinan que hace falta originalidad porque el contenido de los videos de reflexión puede terminar tarde o temprano, también es necesario analizar los públicos y varios aspectos para mejorar en la industria de la producción.

Por lo tanto, es necesario que todas las empresas que se dedican a realizar y difundir videos de reflexión, trabajen por mejorar en varios aspectos: preparar a sus actores, tomar en cuenta las fases de producción, contratar gente capacitada para cada cargo (director, camarógrafo, audio, editor y logística), hacer un estudio de sus públicos; porque es indispensable para crear un buen producto audiovisual.

Objetivo 4.

- *Realizar una entrevista y respectivo análisis al gerente de la empresa Yoon Network sobre su perspectiva frente a los videos que produce dicha productora.*

El cuarto objetivo se llevó a cabo por medio de la metodología cualitativa, que permite alcanzar y estudiar información de carácter subjetivo. Además, tal y como lo mencionan Quecedo y Castaño (2002), el objetivo es restablecer los niveles particulares que los participantes o participante utilizan en la percepción de sus vivencias y conocimientos. Es así, que se lo dirigió con la herramienta de la entrevista, que se basa en un banco de preguntas predefinidas que están incorporadas en un cuestionario, pero se altera conforme se desarrolle la entrevista sin perder la idea principal.

En este objetivo se utilizó la técnica de la entrevista e instrumento del cuestionario, en donde se establecieron 12 preguntas semiestructuradas al gerente de la empresa de producción audiovisual, Jhon Morocho. Se desarrolló de manera presencial en las oficinas de la empresa, llevando dos variantes, por un lado, información general de la empresa, y segundo, sólo datos de la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida'. Esta entrevista fue grabada en audio por medio del celular de la entrevistadora.

DATOS DE LA EMPRESA

1. ¿De dónde surgió la idea de crear una productora audiovisual?

Yo creo que netamente fue una idea de profesión y a mí siempre me ha gustado lo audiovisual. Yo incluso estudié una tecnología que estuvo anclada también a la audiovisual, no al cien por ciento, pero sí en lo que es el tema de videos publicitarios y ese tipo de cosas.

Entonces desde ahí me gustaba hacer videos y aprovechando justamente en ese tiempo que comenzó la monetización en Facebook, pues dije por qué no monetizar mi contenido también. Es por ello, que a raíz de eso nació la idea de comenzar a producir este tipo de vídeos y lanzarlos a las redes sociales.

Análisis:

En la pregunta 1 que consta de donde surgió la idea de crear una productora audiovisual por parte del gerente de Yoon Network, queda muy claro que los indicios se

dieron con la preparación en sus estudios y luego al conocer de la monetización de Facebook, se empezó a trabajar en difundir este tipo de contenidos audiovisuales.

En lo que respecta a las productoras audiovisuales, la mayoría de empresas se han valido de las redes sociales para difundir sus videos de reflexión y darse a conocer de manera internacional, nacional, incluso de manera local, como es el caso de la empresa Yoon Network, para obtener ingresos y abrir más páginas con diferentes proyectos.

2. ¿Quiénes son las personas encargadas de la empresa Yoon Network? (sedes) ¿De cuántas personas está conformado el equipo técnico y humano de la empresa?

Se forma primeramente de los guionistas, directores, editores, camarógrafos, los que están encargados en el audio y también el tema de logística, que es fundamental en este tipo de trabajos.

Actualmente estamos con una sede principal que está acá en Zamora y una sede en la ciudad de Loja; allí llevamos ocho meses. En el equipo administrativo, actualmente estamos: yo como gerente, tengo dos socios que conforman la compañía y la contadora. El directivo es bastante pequeño y cómodo para trabajar, es así que actualmente contamos con 43 colaboradores tanto en Zamora y Loja.

Análisis:

En la pregunta 2 que evalúa las personas encargadas de la empresa Yoon Network, es decir, la gente que conforma el equipo técnico y humano. En la actualidad cuentan con 43 personas, tanto de Zamora y Loja, distribuido por guionistas, directores, camarógrafos, audio y logística, y el equipo administrativo con el gerente, dos socios y contadora.

Siempre una empresa avanza por su equipo técnico y humano, porque ellos son los organizadores para que los videos de reflexión resulten. El *gerente* y los *socios* son los principales en distribuir y organizar a todos los miembros de la empresa y puedan realizar su trabajo de la mejor manera posible, también está la *contadora* que maneja todas las cuentas de la empresa y es la responsable de pagar a todos los empleados. Las *guionistas* son las encargadas de escribir las historias, *camarógrafos* y *micrófono* de grabar toda la historia en video y audio, *directores* son los delegados de dirigir a todo el equipo para crear un buen producto, *editores* para que el producto se vea bien al momento de publicarlo en redes

sociales y *logística* se dedican en buscar al actor, seleccionar los instrumentos que se necesiten para la grabación y elegir las locaciones.

3. ¿Cuál es el objetivo de la empresa Yoon Network?

Comenzó con un fin de monetizar el contenido, pero con el tiempo hemos ido creciendo, teniendo ganancias y nos hemos enfocado que de pronto al compararlo con la competencia, buscar y conseguir ser mejores que ellos.

Análisis:

En la pregunta 3 que reside en el objetivo de la empresa Yoon Network. Busca no solo avanzar en el ámbito económico, sino también ser mejor a su competencia.

Las productoras audiovisuales independientes en un principio crean sus contenidos con lo que cuentan en sus manos, ya sea con un buen celular y guiones de otros países adaptándolo a su entorno para obtener visualizaciones y ganar poco a poco ingresos, luego el equipo crece para generar más videos y darse a conocer más seguido. Luego, en el camino se van planteando objetivos con todo el equipo para ser mejores que su competencia.

4. ¿Cuántas páginas dirige usted? ¿cuál es el objetivo de cada una?

Actualmente estamos con dos temáticas. Uno es el tema de reflexiones que se ha venido haciendo para concientizar a la gente y el otro es el tema de ayuda social, que también ha sido lo que me ha gustado hacer y aprovechando las redes sociales se puede obtener bastantes posibilidades de ayudar a las personas que de pronto no lo están pasando bien. Entonces estos son dos proyectos que hemos estado iniciando, claro habido proyectos anteriormente, como por ejemplo los video tops que se ha tratado de hacer, pero no ha tenido el alcance que se hubiera querido; por lo tanto, son proyectos que se ha tenido que dejar de lado, incluso estuvimos también en un tiempo haciendo vídeos de ejercicios, pero igual no dio resultado, por eso se dejaron a lado esos proyectos.

Análisis:

En la pregunta 4 que constituye del tanto de páginas que tiene a su cargo el gerente y el objetivo de cada una. Hoy en día la empresa trabaja con dos proyectos que están enfocadas en las historias de reflexión; para concientizar a la gente y, por otra parte, la ayuda social;

para apoyar a la gente en situaciones de vulnerabilidad; por medio de la plataforma Facebook, en las páginas de ‘Un Escalón a la Vida’ y ‘Mafer Ochoa’.

Luego que las empresas consiguen incrementar sus ingresos, empiezan a expandir sus proyectos y no solo se enfocan en temáticas de reflexión, sino temas que abarquen realidades que pasan las personas o necesitan conocer para un aprendizaje, tal es el caso de videos de ayuda social, videos de experiencias, videos de rutinas de ejercicios, cocina, entre otros; para ganar a los otros públicos que no son mayoría, pero son importantes para dar a conocer a más voces a la empresa.

5. ¿Considera que su empresa resalta entre las demás? Sí: ¿qué va hacer para mantenerse? No: ¿qué le falta?

Sí resaltamos, por eso a veces la competencia nos tiene en la mira. Nos dicen que Yoon Network está creciendo, incluso los mismos colaboradores nos dicen que estamos bien.

Las otras empresas también nos están tomando en cuenta, nos están nombrando. Entonces yo pienso que estamos resaltando. Nos falta sí, bastante, pero ese es el reto de hoy en día, tratar de mejorar y ponernos a la par de la competencia.

Análisis:

En la pregunta 5 que consta de la perspectiva del gerente para conocer si su empresa resalta entre las demás. En su opinión son muy populares entre la competencia, pero aún les falta trabajo para mantenerse en un puesto adecuado y seguir resaltando.

Todas las empresas se destacan por algo, ya sea porque en su equipo cuentan con una persona que genera gran aceptación en sus seguidores o por la manera de difundir sus contenidos en las diferentes plataformas como son las redes sociales, en ciertos casos, algunas actividades que realizan para integrar a la sociedad; eso los hace diferente a sus competencias y para mantenerse en la mira. Es necesario ideas frescas en un mundo cambiante, con la tecnología, cultura, educación o arte.

PÁGINA: ‘UN ESCALÓN A LA VIDA’

6. ¿Por qué escogió el nombre de ‘Un Escalón a la Vida’? ¿Cuál es el objetivo de crear esta página?

Cuando yo buscaba un nombre para la página siempre pensaba que todas las personas día a día damos un escalón para salir. Quién sabe, ahora estamos abajo y mañana tenemos un objetivo que cumplir. Entonces subimos un escalón más.

La vida es así, día a día seguir escalando, es de ahí como el tema va enfocado a la reflexión. En tal caso, ‘Un Escalón a la Vida’ fue un buen nombre para la página y para que nuestros seguidores también nos recuerden, donde hay un escalón a la vida suena en reflexión. Entonces yo creo que es un buen nombre que hemos escogido y está ganando terreno.

El objetivo es concientizar a la gente que por un momento está pasando por situaciones difíciles en la vida, quien sabe y con el video lleguemos al punto justo que la persona esté pasando. Entonces, para motivar a la gente, ya sea para tomar otro rumbo en su vida o cambiar.

Análisis:

En la pregunta 6 que consiste en la razón de haber escogido el nombre de ‘Un Escalón a la Vida’ y objetivo de la misma. El gerente explica que se escogió el nombre por lo que ocurre a diario con las personas, cuando se sube un escalón para cumplir los sueños, a pesar de las diferentes dificultades que están pasando. En relación al objetivo, se producen estos videos para plasmar hechos de las personas y generar en ellos una motivación o reflexión para continuar con sus vidas.

Las empresas al crear sus páginas, es necesario pensar en todo, en especial para qué público va dirigido. Por ejemplo, si nos enfocamos en la empresa de Televisa en México con su franquicia ‘La Rosa de Guadalupe’, ellos realizan videos basados en el día a día de cada persona, siempre dirigido por un problema particular: trabajo, violencia, robo, educación, etc., y cuando se sienten perdidos siempre buscan la ayuda de la virgen de Guadalupe. En este caso, ‘Un Escalón a la Vida’, permite que la gente conozca situaciones que pasan cada día, pero a pesar de las dificultades ellos deben seguir adelante. Sin embargo, hay que tomar

en cuenta que deben fijar sus objetivos para no perder a su público o poner sus páginas en rojo por salirse de sus temáticas de reflexión.

7. Mencione el análisis FODA de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’

Una fortaleza es tratar de ser originales, entonces creo que hemos hecho la mayor parte de nuestro contenido netamente original. La oportunidad que tenemos es que hemos escogido un buen nombre, yo lo veo eso como fortaleza, porque las demás productoras la han querido copiar, por eso hemos sido únicos - es una oportunidad que nos da a nosotros -. La debilidad es que hay veces que uno también se enfoca en lo que está actualmente en tendencia, hacemos nosotros el mismo video, pero con otra forma o con otra idea. Entonces yo creo que esa sería una debilidad bastante notoria. No sólo en nosotros, no sólo en esta página, sino el mismo caso ocurre en otras páginas, pero la mayor parte, si nos hemos enfocado en tratar de hacer lo más original. Por último, la amenaza es la competencia que de pronto nos quieren imitar o nos quieren copiar el nombre, porque de hecho ha habido algunas amenazas de otras partes que nos quieren bajar el nombre sin saber que es propio.

Análisis:

En la pregunta 7 que figura el análisis FODA de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’. Jhon Morocho es muy detallado en cuanto al análisis, explicando que en *fortaleza* se destaca por el nombre de la página que han seleccionado, posteriormente la *oportunidad* está por la facilidad de difundir los videos desde la red social Facebook, luego en *debilidad* está la parte de copiar los mismo guiones que tienen un gran alcance en otras páginas, y para finalizar con la *amenaza*, es indiscutible que es la competencia, tanto por el contenido o generar problemas para quitar el nombre de ‘Un Escalón a la Vida’.

El análisis FODA, es muy indispensable para organizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de una empresa, para planificar estrategias y conocer sus competencias. Todo este proceso es necesario para mantenerse a la vanguardia, entender sus lados fuertes como empresa e incrementar su originalidad con sus historias (guiones, personajes, locaciones y utensilios), pero en el lado negativo es necesario buscar las formas adecuadas para evitar los problemas o conflictos, ya sea de manera interna o externa de la productora audiovisual.

8. ¿Cuál es la población que más consume sus videos de la página ‘Un Escalón a la Vida’?

El público que más consume nuestro contenido es el público mexicano. Entonces ellos son los mayores consumidores, tomando en cuenta que es un país super desarrollado, asimismo, tienen mayor población y por eso también creo que las estadísticas votan para allá, pero no dejemos de lado los países latinoamericanos como, por ejemplo: Colombia, Costa Rica, Perú. Esos son los países a los que más hemos llegado, también considerando que Ecuador es un país pequeño y nosotros somos de aquí, pero es muy poco el consumo. Por eso nuestro contenido siempre es para afuera de Ecuador.

Análisis:

En la pregunta 8 que trata de la población que más consume los videos de la página ‘Un Escalón a la Vida’. El gerente comenta que la población que más consume son los mexicanos por ser un país súper desarrollado y que lleva años en la industria de la producción audiovisual, seguidamente de los países latinoamericanos del centro y sur de américa, como: Colombia, Costa Rica, Perú, sin embargo, el consumo en Ecuador es mínimo.

No cabe duda, que si hacemos un análisis de todas las empresas que generan videos de reflexión el país que más consume sus videos es de la población mexicana, también por ser creadoras de las mismas, seguidamente de países como Colombia y Perú, pero en Ecuador la cantidad es menor porque la mayor parte de las empresas se basan en las mismas temáticas, dejando a lado la riqueza del país y por ponerle importancia a otras culturas, y costumbres extranjeras.

9. ¿En qué aporta esta clase de vídeos en la sociedad?

Yo creo que, a más de concientizar o de motivar. Se podría decir que, dentro de aquí de la empresa a más de sensibilizar a la gente, generamos aquí oportunidades para que los jóvenes trabajen. Yo lo veo así más que todo, porque de otra manera que nos puede aportar; reflexión, motivación que ya se ha dicho.

Análisis:

En la pregunta 9 se refiere al aporte que dan estos videos a la sociedad. De acuerdo al gerente, aparte de llegar con un mensaje con su contenido audiovisual a las personas, la empresa se enfoca en generar oportunidades de trabajo a los jóvenes para que sean parte de los creadores de estos videos y el producto sea más fresco, por las buenas ideas y la energía que dedican a sus actividades.

En el mismo orden de ideas, las empresas que generan este tipo de videos, para algunas personas sí les aporta en sus vidas para recapacitar o aprender, dependiendo de la temática. En cambio, es muy cierto que en la actualidad se ha dado el boom de estas productoras audiovisuales, abriendo las puertas a las oportunidades de trabajo, en unos casos sin importar la experiencia, sin embargo, es indiscutible que es necesario para ser reconocida como una empresa, más de calidad que de cantidad.

10. ¿Cuáles son los videos más reproducidos en la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’? temática.

Yo según estaba viendo, de acuerdo al vídeo que se lanzó y se hizo viral, es justamente en los temas que son globales. Por ejemplo, el tema: “Nunca pensaron que era una mujer importante e hicieron esto”, fue un tema global porque en todo el mundo existen agentes de tránsito que controlan el orden del tránsito. Entonces yo creo que las personas se identificaron con ese tema porque la mayor parte ha tenido esa experiencia con los agentes de tránsito, así sea una experiencia sin mayor conflicto, por eso creo que llegó a resultar porque hasta en los comentarios decían que se identifican porque eso les pasó o eso pasan siempre, también porque tienen un mal comportamiento los agentes de tránsito.

Hay otro: “el niño llegaba sin su lunch a la escuela, pues por las razones que nadie sabía”. Yo creo que igual el tema de la escuela, el tema de los niños, el tema de que cada niño lleva sus lunch es un tema bastante global. En todo el mundo hay un niño, hay una madre que prepara el lunch a su niño para que lleve a la escuela. Entonces esta idea nació de que él siempre llevaba su lunch y en la escuela nunca comía, y a raíz de ello la profesora se comunicó con su madre y se pusieron a investigar el problema, por lo que descubrieron que

el niño estaba compartiendo su lunch con una persona que no tenía nada. Igual bastante gente se identificó, querían que sus niños aprendan a compartir con los más necesitados.

Para finalizar, hay un tema común y se lo considera como una actitud de cada uno, tal es el caso de la infidelidad, uno de los puntos fuertes en las redes sociales y que cualquier día que se haga del tema de infidelidad, llega a producir gran reacción, porque a la gente le gusta ver eso: por las curiosidades, para advertencia en sus relaciones, conocer ciertos aspectos que seguro lo han pasado desapercibidos con su pareja, etc. Entonces buscando esos puntos estratégicamente se llega al público.

Análisis:

En la pregunta 10 que consiste en los videos que han sido más reproducidos en la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’, con respecto a sus temáticas. Jhon Morocho menciona 3 temas principales, por una parte, está el conflicto que tienen las personas con los agentes de tránsito, también la solidaridad de los niños al compartir lo poco que tienen con los más necesitados y, para terminar, está el tema de la infidelidad que a pesar de las diferentes formas que se lo cuente sigue llamando la atención en el público por la curiosidad o morbosidad del mismo.

Las productoras audiovisuales también deberían reflejar en los videos temas más asociados con la realidad de las personas, no sólo en la infidelidad o problemas con agentes de tránsito, sino temas con respecto a la pobreza, el racismo, violencia de género, emergencia climática, problemas psicológicos, etc., en definitiva, probar nuevos horizontes y ser más originales.

11. ¿Cuál es la perspectiva de la gente de Zamora en cuanto al contenido de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’?

Lo que pasa es que nosotros como ecuatorianos no valoramos el trabajo de nuestra propia gente. Por consiguiente, se les cruza la idea que se hace las mismas reflexiones, sin darse la oportunidad de verlos por unos cuantos minutos. Entonces es por eso que el público que más consume es de otros países, quién sabe si sea por el entorno o los escenarios que se utiliza, dando como resultado que el nivel del consumo de la gente de Zamora sea muy mínimo.

Análisis:

En la pregunta 11 que refleja la perspectiva de la gente de Zamora en cuanto al contenido de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’. Según las estadísticas que revisa a diario el gerente de la empresa, dio testimonio que la gente de Zamora consume muy poco su contenido, por las múltiples opiniones; que los videos son muy repetidos y no hay originalidad con las locaciones.

Es necesario que cada productora conozca su territorio para ser más creativos en sus locaciones u optar por hacer un viaje un día anterior a lugares cercanos, todo bien calculado para evitar que la gente juzgue esas vertientes, asimismo, si deciden copiar la idea de una historia es preferible cambiar algunos diálogos, recursos o el género de los actores para dar otro plus.

12. ¿Qué opinan sus competencias de sus vídeos emitidos en la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’?

Yo creo que en ese tema es un poquito delicado conversar, porque la competencia nunca se va a llevar con la competencia, jamás en la vida y eso es mucha lucha porque se está haciendo el mismo trabajo. Si tengo una competencia con quien me llevo, pero netamente para compartir experiencias, conocimientos, pero hablar de cómo se hace el video o como lo trabajamos nosotros - es muy aparte -. Es muy limitada la conversación de lo que hacemos.

Análisis:

En la pregunta 12 respecto a la opinión que tienen las competencias con los videos emitidos en la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’. Por el lado del gerente menciona que ellos no se acercan a la competencia, sólo una que prefiere mantener en confiabilidad, ya que con ellos sólo comparten conocimientos y experiencias, jamás hablan como llevan su producción en los videos de reflexión. En cambio, con las otras empresas, mantienen una distancia, salvo el caso en la que organizan algún evento donde son invitadas las diferentes productoras audiovisuales, tanto de Loja y Zamora.

Las empresas siempre van estar atentas a la competencia, ya sea para mejorar con sus productos o perfeccionar algunos detalles para resaltar entre las demás. Asimismo, es

necesario conocer cómo se mueve la competencia del mismo territorio para orientarse en nuevas ideas, producir y difundir sus productos en las plataformas en donde hay más consumidores hoy en día, como es Tik Tok, Kwai, Instagram y aún el público de Facebook; por las herramientas que ofrece para que el producto sea más atractivo y direccionado a los diferentes públicos.

Objetivo 5.

- *Realizar 2 entrevistas y sus respectivos análisis a expertos en producción audiovisual sobre su perspectiva que tienen frente a los videos de la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida'.*

El quinto objetivo se desarrolló con la metodología cualitativa, que permite alcanzar y estudiar información de carácter subjetivo. Además, tal y como lo mencionan Quecedo y Castaño (2002), el objetivo es restablecer los niveles particulares que los participantes o participante, utilizan en la percepción de sus vivencias y conocimientos (p. 11). Es así, que se lo dirigió con la herramienta de la entrevista, que se basa en un banco de preguntas predefinidas que están incorporadas en un cuestionario, que permite la dirección correcta para no perderse del objetivo fundamental del tema.

En este objetivo se utilizó la técnica de la entrevista e instrumento del cuestionario, en donde se establecieron 10 preguntas estructuradas a dos expertos en producción audiovisual por medio de WhatsApp en donde se les hizo llegar el banco de preguntas que fueron respondidas por notas de voz.

Formato – Expertos en Producción Audiovisual

Kevin Rafael Araujo Jiménez, creador de productos audiovisuales, licenciado en Arte y Diseño, y actualmente labora como productor audiovisual de la Dirección de Comunicación de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL). Holger Augusto Tene Muñoz, productor audiovisual y fotógrafo en “KalámiPo”.

1. En relación a las producciones audiovisuales que se realizan en Ecuador hoy en día ¿cómo las calificaría según su criterio?

Kevin Araujo:

Creo que algo importante es que las producciones audiovisuales se han incrementado y esto se debe gracias a que, las redes sociales permiten difundir material audiovisual y también los equipos técnicos con los que se producen, son más accesibles. Antes era más complicado acceder a una buena cámara, ahora es mucho más económico, incluso hay celulares que graban en buena calidad.

Esto ha hecho que haya más producción, sin embargo, el que haya más producción no significa que toda la producción sea buena, así como aumenta la producción buena también aumenta la producción mala. Mucho del contenido que se produce generalmente es para material, lo llamo desechable, que está en redes sociales, que simplemente tienen una vigencia corta. Entonces esos productos son malos, en realidad no son buenos, no son algo a destacar, pero también hay producciones buenas, interesantes en temas de documentales y demás. En consecuencia, los calificaría desde el punto que hay material bueno y malo, pero creo que la mayoría no es un material importante, sino un material desechable porque está dirigido para redes sociales, por ejemplo, Tik Toks ese tipo de cosas, series como tipo de novela, sketches que entretienen; cumplen su rol de entretener, pero como importantes no, no entran dentro de la categoría justamente de importantes.

Holger Tene:

Lo calificaría como regular porque no hay producciones audiovisuales buenas dentro del Ecuador. Por muchos factores, ya sea, por falta de apoyo por parte del Gobierno, de la parte económica para poder adquirir equipos de calidad que tenga buenas prestaciones para realizar ese tipo de producciones. Otra cosa sería también el bajo interés de personas en capacitarse en estos temas, como por ejemplo cineastas o guionistas. Salvo el caso de Enchufe Tv que ha sido una de las productoras a nivel nacional que se puede decir que ha portado la bandera de Ecuador dentro de lo internacional, con sus dos películas que ya han tenido buena acogida nacional y también internacionalmente.

Análisis:

En la pregunta 1 que consta de la calificación que dan a las producciones audiovisuales que se realizan en Ecuador en la actualidad. Los expertos en producción audiovisual mencionan que el material está dirigido para las redes sociales, tipo sketches y novelas cortas, en vez de documentales o videos interesantes; en tanto el contenido es bueno y malo. También no prestan mucha atención en capacitarse para dirigir este tipo de productos para resaltar de manera nacional e internacional, se están estancando en lo mismo de siempre, a comparación de Enchufe TV que ha mostrado en sus producciones su humor y jergas, siendo una representación del país.

La producción audiovisual que se realiza en el Ecuador actualmente es muy poca, no se enfocan en grandes producciones como documentales, largometrajes o cortometrajes que llevan más tiempo en preproducción, producción y postproducción, enfocando la riqueza de la biodiversidad, cultura y costumbres del país y así participar en festivales de cine con más productoras del exterior y así darse a conocer poco a poco.

2. En relación a las producciones audiovisuales que se realizan en Loja hoy en día ¿cómo las calificaría según su criterio?

Kevin Araujo:

Igualmente hay buenas producciones, pienso que han aumentado productoras independientes que realizan cortometrajes, documentales, reportajes muy buenos. Sí, son muy buenos, pero también hay material desechable, que es el que la mayoría consume. Entonces, hay buen contenido y a la vez hay contenido desechable malo.

Holger Tene:

Igual el nivel es bajo porque actualmente en Loja no se ha realizado ninguna producción, claro ya se ha realizó anteriormente como era la película de la Virgen de El Cisne y Atrapan al Santo, fueron producciones audiovisuales que se llevaron en toda la ciudad. Pero hoy en día el nivel es bajísimo, realmente no hay apoyo de instituciones del Estado ni tampoco de la entidad privada para que se realicen contenidos buenos y de calidad para sus habitantes.

Análisis:

En la pregunta 2 que consiste de la calificación que dan a las producciones audiovisuales que se realizan en Loja hoy en día. Los expertos en producción audiovisual consideran que sigue en el mismo nivel bajo, porque no muestran gran interés en generar un contenido como la película de la Virgen de El Cisne y Atrapan al Santo que en años anteriores se realizaron, asimismo, no hay apoyo de entidades para trabajar en una producción más elaborada, que enseñe la cultura de Loja.

Las producciones que realizan en Loja son muy pocas, sin tanta elaboración para difundir con otras ciudades del país, simplemente son productos para ellos mismos. Además, son pocos los trabajos presentados, para dar a conocer la exquisitez de Loja como son sus leyendas y mitos; solo para tareas universitarias.

3. ¿Cuáles son las mejores plataformas para promocionar contenido audiovisual?

Kevin Araujo:

Hoy en día las redes sociales permiten difundir cualquier tipo de contenido audiovisual, pero creo que el contenido audiovisual que produzcas debe estar en la plataforma que mejor funcione.

Por ejemplo, si es contenido corto, rápido de humor, sketch, consejos, tips cortos, creo que el Instagram o Tik Tok estaría bien, pero si quieres a lo mejor que permanezca en una plataforma por mucho más tiempo, que sean producciones largas, posiblemente YouTube funcione. Si son quizá transmisiones en vivo, está YouTube, Facebook, Twitch (creo que para streamer en Twitch es algo que se viene dando bastante hoy y funciona).

Asimismo, la televisión pese a que ha sido un poco opacada por las redes sociales, no pierde vigencia sobre todo en el público adulto y generaciones que a lo mejor no se sienten muy cómodos con redes sociales, ya sea que siempre llegan en la noche y ven televisión, y le dan más validez, lo consideran más importante a un contenido difundido en televisión que a uno en medios sociales; tal está el caso de los noticieros y reportajes que quedan ahí. La gente de mayor edad, sobre todo le creen más a la televisión que a los medios nuevos o alternativos como las redes sociales.

Holger Tene:

Las mejores plataformas para promocionar el contenido audiovisual son las redes sociales, porque no existe mucha ciencia para subir el contenido y dar a conocer lo que se está realizando. Además, son plataformas accesibles a todo tipo de público y son gratuitas, a menos que uno quiera pagar para promocionar.

Facebook sigue siendo de las plataformas monstruos en dar a conocer su contenido. Ahora se está llevando la batuta Tik Tok, que permite dar a conocer los productos audiovisuales de manera atractiva y YouTube que brinda un abanico de herramientas para que el producto tenga más visualizaciones y llegue a más público.

Análisis:

En la pregunta 3 de las mejores plataformas para promocionar contenido audiovisual. Los expertos en producción audiovisual consideran que las redes sociales son muy adaptables para subir contenido, por su facilidad y gratuidad. Para videos cortos de humor o consejos sirve Instagram y Tik Tok, para videos más largos se encuentra YouTube, pero si desean hacer en vivos se utilizan plataformas como Facebook y Twitch, sin embargo, no se deja de lado la Televisión que a pesar que no sea muy consumida aún tiene a su público.

Dependiendo del producto que se vaya a presentar hay como optar por las diferentes plataformas, pero no sólo en redes sociales, también podría ser en grandes empresas como son Amazon, Netflix y YouTube, pero eso implica un gran trabajo para que el producto tenga un gran alcance y conozcan su empresa, no sólo de manera nacional, sino internacional.

4. ¿Por qué cree que muchas productoras ven en Facebook una gran herramienta para promocionar sus videos y tener créditos económicos?

Kevin Araujo:

Facebook, en realidad ya va a la baja, ya ha ido perdiendo espacio. Sin embargo, creo es sobre todo por la gran cantidad de personas que está allí metida, pienso que la audiencia es importante y creo que ese es el principal factor que influye para promocionar en Facebook y quizá incluso ganar créditos. El número de audiencia aparte de que Facebook permite segmentar un poco tu nicho, porque si promocionas tu vídeo te permite decirle a que gente

quieres que llegue, rangos de edad, género, intereses, etc. Entonces es muy probable que lo puedan ver más, sobre todo si promocionas tu trabajo, porque el algoritmo de Facebook te favorece.

Holger Tene:

Porque es una plataforma gratuita, fácil de navegar y usar. Además, porque la mayoría de personas está todavía enganchada a este tipo de aplicaciones, hay tantas personas que manejan Networks, ya que pueden subir contenido, monetizar y tener un crédito económico.

Análisis:

En la pregunta 4 que reside en la razón de las productoras para optar por Facebook como una gran herramienta para promocionar sus videos y tener créditos económicos. Los expertos en producción audiovisual destacan que Facebook es muy fácil de usar y segmentar su público para alcanzar más visualizaciones en su contenido y así obtener ingresos de manera rápida.

Hoy en día, Facebook sigue siendo la mejor opción para muchas empresas y dar a conocer sus productos audiovisuales de manera rápida, y obtener un monto económico. En particular, no se necesita de mucho conocimiento para registrarse como creador de contenido, sólo hay que seguir los pasos, instrucciones y cumplir con las normas que lanza la red social para que su página o páginas no se vean afectadas en un futuro.

5. Ahora, centrándonos en el boom de los videos de reflexión emitidos en las páginas de Facebook: ¿Por qué cree que estas empresas llevan adelante este contenido?

Kevin Araujo:

Facebook ya no es muy popular en las nuevas generaciones, pienso que Tik Tok les ha ganado terreno, sin embargo, en Facebook se han quedado la gente adulta, porque son muy empáticas con el contenido de reflexión, ya sea por la edad, las circunstancias del entorno es como que los lleva a consumir este tipo de productos. Por lo tanto, son populares porque el público que ahora mismo está en Facebook es ya público adulto; son nuestros

jóvenes adultos y adultos jóvenes, digamos así nuestras tías que les encanta compartir publicaciones de reflexión.

Holger Tene:

Las empresas llevan ese contenido porque juegan con los sentimientos de las personas, aparte de ser muy rentable, por eso la sociedad decide consumir estos programas. Es por eso, que los programas de farándula, sensacionalismo o amarillismo tienen una alta aceptación y también hay que aceptar que a la gente les gusta un poco el morbo, el chisme y todo eso. Entonces, las empresas han visto como un boom este tipo de contenido de videos de reflexión y por la rentabilidad económica que les da la misma.

Análisis:

En la pregunta 5 que se basa en la razón de las empresas para crear videos de reflexión y difundirlos en las páginas de Facebook. Los expertos en producción audiovisual piensan que Facebook se está quedando atrás, porque ahora está arrasando Tik Tok en el público joven, solo en Facebook se encuentra la gente adulta porque son más empáticos en este asunto de los videos de reflexión, la cual plasman circunstancias del día a día o porque va al lado del sensacionalismo o amarillismo.

Una de las promotoras en este tipo de contenido fue la empresa de Ecuamedios en Zamora y al ver como alcanzaron un gran reconocimiento, se originaron más productoras audiovisuales que difunden su contenido por Facebook, tomando en cuenta las mismas temáticas: personas con bajos recursos, discapacitados, humillación en el trabajo, abuso entre familias, entre otras. A pesar que en la actualidad han variado las plataformas, como Tik Tok y Kwai, por sus atractivos títulos y entretenido contenido corto que exponen, Facebook sigue en la marcha.

6. ¿Considera que este contenido audiovisual aporta a la ciudadanía de manera positiva o negativa? Si: ¿De qué manera? No: ¿Por qué?

Kevin Araujo:

Pienso que sí, hay un público para este tipo de contenido y lo consumen, y si a ellos les representa algo, ya sea en lo emocional o no sé en qué otras cosas se le puede repercutir,

pero en lo emocional pienso que les aporta, pero es un público muy, muy segmentado, no es que toda la población le interesa o le aporta en sí.

Holger Tene:

Para la ciudadanía no aporta de una manera negativa, más bien, aporta de forma positiva porque a través de estas historias tratan de brindar una enseñanza. Si nos ponemos a ver por la parte técnica, del proceso audiovisual, deja mucho que decir, porque falta crear contenido, ser más creativos a la hora de producir y tener en cuenta algunos detalles. Sin embargo, estos videos de reflexión no incitan a la violencia u odio, más bien dejan enseñanzas.

Análisis:

En la pregunta 6 que consiste si los videos de reflexión aportan de manera positiva o negativa en la ciudadanía. Los expertos en producción audiovisual exponen que hay una parte de ciudadanos que, si les aporta este contenido, por el sentimiento o emoción que causa en ellos. En cambio, hay detalles en la parte técnica que deja en duda la creatividad de estos productos.

Todo lo que se difunde en las redes sociales es con un propósito, posiblemente algunas personas les aporta el contenido porque se identifican con la historia o genera algún sentimiento, sin embargo, hay otro porcentaje de gente que no les sirve de nada los videos de reflexión porque se fijan en otros aspectos muy aparte del mensaje, tanto: en lo técnico, actoral o locaciones.

- 7. Se ha evidenciado que la mayoría de las empresas llevan las mismas temáticas en cuanto a sus videos ¿cuáles cree que serían las mejores estrategias que deberían planificar para ser más auténticas?**

Kevin Araujo:

Es porque muchas veces ven algo que funciona e intentan imitarlo, se preocupan más por eso, por ver algo que ha funcionado, que está colectivamente validado, más que en generar un discurso artístico propio o en crear arte, porque el cine en producción audiovisual es un arte y tiene estilos, y cada autor puede generar su propio estilo, pero si lo que quieren

es básicamente la aprobación inmediata, la validación inmediata, van justamente por lo que ha sido aceptado, por lo que la gente ya le ha dado la importancia desde antes, por eso generalmente se repiten las temáticas y cuando algo nuevo sale y gana ranking, realmente se tienden a imitar ese tipo de cosas.

Es así que están más interesados en tener audiencia, tener me gustas, en generar visualizaciones y dinero, en vez de generar un discurso propio del autor, que sería más como un contenido artístico. Es decir, si quieren la validación inmediata, pues hacer lo que ha sido validado, el contenido que llega, por decirlo así, pero a la par generar discurso propio, no estancarse en sólo lo que está de tendencia, lo que están seguros que va a funcionar.

Holger Tene:

De hecho, todas las Networks llevan un mismo tipo de contenido, tal vez puede ser porque no hay gente capacitada dentro de sus filas, gente que les guste en realidad crear. Considero que una de las mejores estrategias, es capacitar a su gente en varios temas como son la creación de guiones, tener personas que amen hacer ese tipo de contenidos, también a personas que estén capacitadas para realizar.

La mayoría de producciones no llevan mucha ciencia, ni mucha creatividad, no tienen algo original, ya que agarran ideas de una página x de México o de Perú que se lanzan vídeos de reflexión, por eso las páginas de Ecuador hacen ese mismo contenido, pero con diferentes actores y tratan de darle un poco de creatividad de su producción, pero la realidad es que sigue siendo lo mismo.

Realmente se debe poner en los departamentos a gente capacitada, por ejemplo, para hacer una guionista tendría que ser una persona que lee mucho, no una persona que te diga que quiero ser guionista y ya.

Análisis:

En la pregunta 7 que radica en las estrategias que deberían tomar las empresas para resaltar entre las demás. Los expertos en producción audiovisual opinan que es necesario gente capacitada para ocupar los diferentes puestos en la empresa, es decir, no sólo creérselo sino serlo para generar mejores productos y de calidad. Por otra parte, las empresas solo se destacan en seguir la copia de otras empresas para conseguir el mismo resultado que ellos, a

pesar que hagan algunos cambios en la parte técnica o del personal, a la final sigue siendo lo mismo.

Las productoras audiovisuales que trabajan en producir videos de reflexión, tienen que trabajar mucho con su contenido, en generar temas originales y no verlo como un pasatiempo en estar jugando con los sentimientos, emociones o sensaciones de las personas, porque eso puede repercutir tarde o temprano en los ingresos de cada empresa.

8. Las productoras audiovisuales piensan en competir entre ellas o piensan en su público ¿Qué tan evidente es esto desde su perspectiva?

Kevin Araujo:

Considero que piensan en la difusión, llegar al público, más que en competir creo que piensan en ellos, en que el público les de like y más bien, otras productoras simplemente están pendientes de ellos para ver que hacen, que funciona e intentar replicarlo o para compararse. Lo que les interesa son las reacciones, visualizaciones, que su contenido llegue y pienso que es evidente, nunca lo van a aceptar, pero es una verdad que todos lo sabemos.

Holger Tene:

Las productoras tratan de competir entre ellas, no piensan en su público y ahí es cuando viene la competencia desleal. Entonces no es como en otros países, en donde las productoras audiovisuales se reúnen para ver qué productos están trabajando y no poder chocar con los mismos temas, y así ofrecer a su público un contenido bueno y original.

Análisis:

En la pregunta 8 que establece la perspectiva en cuanto a las productoras audiovisuales si compiten entre ellas o piensan en su público. Los expertos en producción audiovisual consideran que la mayoría de empresas solo piensan en ellos mismos y en generar ingresos por medio de sus seguidores, porque sin ellos no se alcanzaría en números de reproducciones y reacciones.

No es nuevo ver como las empresas compiten entre ellas, escogiendo la misma temática, pero plasmando algunos detalles para que el video sea diferente al original, pero termina siendo lo mismo. Incluso, dejan de lado la inspección de los comentarios de los

usuarios, siendo un aporte esencial que debería tomar en cuenta cada empresa para avanzar, conocer y entender qué aspectos deben mejorar con cada producto audiovisual.

9. ¿Cuál es su perspectiva que tiene frente a los videos de reflexión que se difunden en Facebook?

Kevin Araujo:

Está bien, siempre y cuando tenga el valor respectivo, es decir, hay videos de reflexión que funcionan, pero cuando llega a ser repetitivo pierde valor, además, considerar como grandes producciones a videos de reflexión no está bien. Es decir, hay que darle el valor que se merece, es un vídeo de reflexión que te puede generar algo durante cierto tiempo y está bien, pero no decir que está a la altura de un documental o de una serie documental o una película, incluso que puede tener un discurso propio, una producción mucho más elaborada y demás.

Holger Tene:

Falta un poco de creatividad al momento de crear historias, no bombardear con los mismos temas, sino crear ciertas historias que hayan pasado las personas en un determinado tiempo. Eso yo he propuesto a algunos amigos que son guionistas, pero ellos manifiestan que no crean contenido ya sea para lo local, la ciudad o para Ecuador, sino ellos crean contenidos para Latinoamérica. A los latinoamericanos nos gusta lo que es el chisme, la humillación, la superación; es por ello que se basan en un mismo estándar.

Análisis:

En la pregunta 9 que consiste en la perspectiva que se tiene frente a los videos de reflexión difundidos en Facebook. Los expertos en producción audiovisual mencionan que considerar a los videos de reflexión como productos de calidad, no lo son. Además, sólo genera ciertas emociones por un determinado tiempo a diferencia de un documental o película. No obstante, los guiones siempre se repiten, con temas de humillación o conflictos entre pareja, no buscan la originalidad.

Ya se ha hablado del tema, muchas empresas generan este tipo de videos de reflexión porque producen una gran aceptación por parte de los usuarios, a pesar que su contenido se

repita, ya sea para comentar cosas buenas o criticarlo. En cuanto a Facebook, es una puerta de oportunidades para todos aquellos que quieran distribuir o difundir sus productos audiovisuales.

10. Finalmente, ¿cuál es su perspectiva que tiene frente a los videos de reflexión que se difunden en la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’?

Kevin Araujo:

Hay un contenido global en Latinoamérica, que es la ‘Rosa de Guadalupe’, que quizá es el referente más importante sobre ese tipo de videos, que yo no consumo la verdad y en cuanto a su producción, honestamente los autores no intentan hacer reflexionar a las personas, lo que intentan es generar likes.

Este tipo de página y otras que he visto son producciones limitadas artísticamente y narrativamente e incluso interpretativamente, con guiones simples, pero que hay un nicho de gente que los consume, que son las tías y abuelitas que pasan en casa (para entenderlo de esta manera).

¿Pero sabes a lo que me refiero? Son gente adulta que le interesa un poco ese tipo de contenido algo amarillista, sensacionalista, pero narrativamente y artísticamente son muy limitadas, y me atrevo a considerar este tipo de contenido como contenido desechable.

Holger Tene:

Es mala y baja la producción, porque la página ‘Un Escalón de la Vida’, se ha dedicado en hacer control + C y control + V de todas las historias y no crean contenido original. Entonces ellos se han dejado llevar por tener popularidad, no de ofrecer productos de calidad, sino de ver un crédito económico. Incluso lo que es esta página de ‘Luz María’, poniendo como ejemplo, se ha visto una persona con discapacidad física, en cambio lo que ha hecho esta página de ‘Un Escalón a la Vida’, también han conseguido una persona en sus mismas condiciones. Tratan mediante el sentimentalismo de la gente llegar a la popularidad. Más bien no se están concentrando en ofrecer un producto de calidad, sino mediante la copia para vender en redes sociales.

Análisis:

En la pregunta 10 que consiste en la perspectiva que se tiene frente a los videos de reflexión difundidos en Facebook ‘Un Escalón a la Vida’. Los expertos en producción audiovisual destacan que la empresa de Yoon Network con su página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’ sigue en la misma línea que las otras empresas, repitiendo sus guiones y buscando personajes como Luz María para resaltar en ese aspecto, con una inclusión de personas en su condición. A la par, la empresa solo quiere likes en vez de originar un buen mensaje en las personas.

La empresa Yoon Network de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’ se ha dedicado a crear este tipo de videos de reflexión, porque como muchas otras empresas, este contenido llega a más personas en diferentes lugares del mundo. De igual forma, se basan en figuras públicas que han llegado a una gran audiencia, como es en Ecuamedios con Luz María, pero en este caso hay una persona en sus mismas aptitudes como es Mallito, también, algunos videos se vuelven a publicar y la gente se da cuenta y lo ponen en sus comentarios. Entonces, ya no se trata de interés comunes, sino personales por parte de la empresa, porque hay más interés en generar ingresos económicos, que en dejar alguna enseñanza o valores a sus usuarios.

7. Discusión

Es necesario discutir algunos aspectos de gran importancia conforme a la producción audiovisual que se está llevando en Zamora Chinchipe, en relación a la perspectiva que tiene la ciudadanía de Zamora frente a los videos de reflexión que se difunden en la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’ de la empresa Yoon Network. Por tal razón, se verificó mediante la aplicación de diferentes instrumentos (fichas de observación, encuesta, grupo focal y entrevistas), que cumplieron favorablemente los objetivos de esta investigación. A continuación, se presentan los resultados más destacados de este estudio.

Objetivo general:

Analizar la perspectiva social de los videos emitidos por la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’ en la ciudadanía de Zamora, en el periodo mayo, 2022.

El objetivo general se completó satisfactoriamente tras la utilización de fichas de observación para ahondar en la participación de los usuarios frente a los videos de reflexión. Segundo, encuestas a los ciudadanos de Zamora en la cual se interpretó su interacción con las redes sociales, en este caso Facebook y los productos audiovisuales que se presentan, también el acercamiento con el contenido de ‘Un Escalón a la Vida’. Tercero, un grupo focal que se percibió la observación en cuanto a las empresas que crean este tipo de contenidos y como está generando ciertas respuestas en la sociedad. Cuarto y quinto, entrevistas al gerente de Yoon Network en donde se conoció el manejo de la empresa y sus proyectos vinculados a la página de videos de reflexión, y en cambio, los expertos se amplió los conocimientos ante este fenómeno de la producción audiovisual que se está dando en el Ecuador, tanto en Loja y Zamora, en breve al impacto que genera en los consumidores.

A decir verdad, Sedeño, Rodríguez y Acuña (2016) aseguran que los contenidos audiovisuales deben incentivar al diálogo por medio de la ejecución de mensajes que conceda la comunicación entre el emisor y receptor (p.345). Precisamente, eso falta para que las productoras audiovisuales independientes resalten entre las demás, conocer a su público (gustos, preferencias, incluso lo que no les gusta), no se trata de satisfacer a todos los usuarios, pero sí de comprender el otro lado de la moneda, porque la realidad es que gracias a los consumidores es que estas empresas aún se mantienen. Además, al hacer revisiones de los comentarios, seguimiento de los temas que aún no se han hablado y acercamientos con

los usuarios (con figuras públicas que inviten a consumidor sus videos) – se conseguirá mejores resultados. Sobre todo, capacitarse para generar más productos de calidad y no tanto de cantidad, porque lo que se necesita es educar, culturizar y formar a la sociedad, y no tanto, incitar al morbo, sensacionalismo u odio.

Objetivos específicos:

- Analizar la interactividad de los usuarios consumidores del top 10 de videos más vistos de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’.

El primer objetivo se ejecutó por medio de dos fichas de observación. La primera en donde se enfatizó el top 10 de los videos más vistos de dicha página de Facebook, desde el más visto con 48,5M hasta el menos visto con 11,2 M, los dos videos se centran con el tema de infidelidad. La segunda ficha de observación se recalca en más detalle cada vídeo, donde se obtuvo 4 análisis: número 1.- el alcance del número de reacciones, compartidos y comentarios por parte de los seguidores es exorbitante al día de hoy. Número 2.- *Revisión de los comentarios*, con 5 comentarios positivos, en donde los cibernautas muestran su aprobación con la mayoría de las historias. En los 5 comentarios negativos, hay rechazo de los temas presentados, no aprueban ciertas técnicas que emplean en la producción, peor aún en la preparación de actores, mala ejecución de guiones copiados (no cambian nada), escenografías aburridas, entre otros. En tercer lugar, se encuentra una observación reflejada en el mensaje de cada video, siendo el 50% de aceptación de los 10 videos expuestos y 50% se fijan en otros aspectos, en especial; técnicas de producción, desenvolvimiento de los actores y comparaciones con otras páginas. Por último, en el punto de vista técnico, se ha encontrado que en su mayoría abusan de los movimientos tilt down sin aportar al contexto de la escena, no se respeta la ley de miradas, reflejo de los camarógrafos en ventanas o espejos, excesivos colores cálidos, mucho techo, paneos muy exagerados y el formato para Facebook no es el adecuado, en ocasiones se recorta a la mitad a los actores.

Las productoras audiovisuales en la era de la comunicación enfrentan un rol muy importante en la sociedad, de acuerdo a Burgos (2020) explica que los contenidos audiovisuales que se presentan a los usuarios en las redes sociales, es necesario que transfiera información valiosa, por eso primeramente es indispensable conocer a su público y la influencia que originan dichos productos (p.1). Por tanto, los usuarios que consumen los

videos de reflexión, están en disputa porque algunos temas presentados, tales como: infidelidad, avaricia, humillación a personas discapacitadas, compartir con el prójimo, amor de un padre, confiar en la propia familia, hijos que padecen alguna discapacidad, etc., son de interés colectivo, pero hay otros que dejan en duda si realmente hay un correcto trabajo por la productora audiovisual porque es lo mismo que han presentado en otras páginas.

- Realizar una encuesta y analizar los resultados sobre la perspectiva que la ciudadanía de Zamora tiene frente a los videos de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’.

El segundo objetivo se verificó por medio de una encuesta de 13 preguntas, para 400 personas de la ciudad de Zamora, 306 de forma física y 96 se la dirigió en Google formularios.

En el primer segmento de la encuesta se encuentra la *información general*, donde se refleja que las personas de Zamora utilizan las redes sociales con mucha frecuencia, como un espacio de información y entretenimiento para conocer todo lo que ocurre a su alrededor de manera digital. Segundo, la parte de *Facebook*, las 400 personas consumen videos de reflexión que se difunde en esta red social y les parece muy interesante, entretenido, cómico y aburrido. Tercero, es respecto a la página de Facebook ‘*Un Escalón a la Vida*’, en donde se corroboró que el 99% de las personas de Zamora conocen de los videos de reflexión de la empresa Yoon Network, por lo cual, para la gente los videos de reflexión son mediamente provechosos para su vida, asimismo, consideran que son productos buenos, y en ocasiones más o menos - dependiendo de las temáticas que presenten. También, estos videos de reflexión les enseñan a las personas a tener una mejor relación (familia, pareja, amigos, etc.), a ser más sinceros con sus sentimientos, apoyar al prójimo - produciéndose ciertos sentimientos, entre los más destacados: tristeza, alegría y enojo. No obstante, de vez en cuando la gente sólo observa estos productos audiovisuales para entretenerse, pero en realidad no les sirve de nada y no les causa ningún sentimiento, ni emoción - a causa de los guiones que son repetidos.

La comunicación audiovisual, obtiene una gran aceptación porque al día de hoy, los usuarios son más visuales y auditivos, por eso es un punto clave las redes sociales para difundir videos, tal cual lo resalta Pérez (2013), en el plano de representación audiovisual, se encuentra la comunicación no verbal (proxémica: expresiones corporales y gestualidad). Por

ende, no sólo corresponde de un medio que su contenido está relacionado con otro, sino que aporta en la interrelación de los usuarios con dichos temas. (pp. 205-207)

Es decir, todo lo que se observa en redes sociales está propenso a una crítica, desde la participación humana y trabajo técnico, porque bien es cierto, muchas de las páginas no tendrían gran alcance si no fuera por el constante consumo de los cibernautas.

- Realizar un grupo focal con ciudadanos de Zamora y analizarlo, sobre la perspectiva que se tiene frente a los videos de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’.

El tercer objetivo se procedió con un grupo focal en la plataforma de Zoom, con la participación de 8 personas (4 mujeres y 4 hombres) para conocer por medio de 5 preguntas la perspectiva que tienen frente a los videos de reflexión de manera general (empresas que conozcan: local, nacional e internacional) y específica (‘Un Escalón a la Vida’ de la empresa Yoon Network).

Por lo que se refiere a cada contestación de los entrevistados, las productoras audiovisuales del Ecuador y en especial Zamora, que se orientan en la creación de los videos de reflexión se están guiando a lo mismo, buscan guiones de industrias audiovisuales del exterior que resaltan con este contenido -sin percatarse que las redes sociales explota todo sin importar las distancias-, por eso la gente sabe que cada video no es elaboración propia. Mientras tanto, se ha mencionado las falencias que se han encontrado: falta de preparación de los actores, logística y equipo de trabajo que produce este contenido. Más aún, hay videos de reflexión que causan una conexión con el usuario porque cuenta un hecho importante que ha pasado en sus vidas, sin embargo, por los errores antes ya citados algunas personas no les parece que sean productos de calidad por no tomar en cuenta las fases de producción (preproducción, producción y postproducción). Ante todo, estos productos siguen en auge por las veces que se visualiza o comparte, pero las personas lo hacen de acuerdo a sus gustos, experiencias y si aportaría a su familia, amigos, allegados, etc.

Hoy en día estamos en medio de una revolución digital, que introduce servicios y productos de sus estilos de vida, para: comunicar, entretener y educar. Tal y como Costa y López (2019) destacan:

“Los contenidos audiovisuales son estrellas del consumo digital”, es decir, las productoras audiovisuales han dado un salto al nuevo modelo comunicativo (intervención – debate) para tener un acercamiento con sus públicos con este proceso y páginas donde se encuentran, asimismo, con un buen manejo de contenidos para posicionarse. (p.223)

Para concluir, las empresas que se encargan de elaborar estos videos de reflexión deben estudiar más a sus públicos, tener un equipo de trabajo capacitado y lanzarse en redactar guiones que reflejan las virtudes de sus territorios y su gente.

- Realizar una entrevista y respectivo análisis al gerente de la empresa Yoon Network sobre su perspectiva frente a los videos que produce dicha productora.

El cuarto objetivo se realizó una entrevista semiestructurada de 12 preguntas al gerente de la empresa Yoon Network, Jhon Morocho. Por una parte, se pregunta datos de la empresa Yoon Network y por otro lado de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’.

En primer lugar, se creó la productora audiovisual por una idea que surgió en los estudios académicos del gerente y luego por la monetización en Facebook se empezó a publicar videos de reflexión. Con el tiempo, el objetivo de la empresa se centró en ser mejores que la competencia y actualmente cuenta con 43 personas que laboran: gerente, 2 socios, contadora, guionistas, directores, camarógrafos, audio y editores - para producir el contenido audiovisual en sus diferentes páginas-, una de videos de reflexión (‘Un Escalón a la Vida’) y ayuda social (‘Mafer Ochoa’). En segundo plano está la información de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’, en donde su nombre se dio por considerar que cada día las personas al momento de querer cumplir sus sueños van subiendo un escalón. En tanto, en su objetivo se publican videos de reflexión con el propósito de motivar a la gente para que salga adelante y se supere. Sobre todo, en el análisis FODA se estructura de la siguiente manera (*fortaleza*: tener un nombre original, *oportunidad*: facilidad que da Facebook para publicar su contenido, *debilidad*: copiar los guiones y *amenaza*: la competencia). En lo que sigue, este contenido es más consumido por los mexicanos siendo la industria audiovisual que más produce este tipo de videos de reflexión, seguido por Costa Rica, Colombia, Perú y en Ecuador (es poco el consumo), pero en relación a Zamora la gente está cansada de ver lo mismo. En particular, para el gerente un aporte qué más da a la sociedad es por la oportunidad

de trabajo a los jóvenes para que sean parte de la elaboración e ideas de los videos de reflexión que están en tendencia, con temas como: infidelidad, discriminación, mal relación de las autoridades y las acciones de los infantes con los más necesitados. Finalmente, en la parte de la competencia no se comunican con ellos, sólo están atentos a los pasos que dan para perfeccionar sus productos audiovisuales.

La identidad visual de una empresa es componente fundamental para que el usuario tenga una percepción general sobre ella. Es así, que gracias a la comunicación corporativa en virtud de Pérez y Rodríguez del Bosque (2014) sostienen que es un mecanismo de coordinación para ganar a los grupos de interés, gracias a una serie de información, tales como: cualidades centrales de la empresa, diferenciación con la competencia y el tiempo que dedican con su público. (p.102). A pesar de todo, es indispensable que las productoras audiovisuales lleven un plan de comunicación, porque nadie asegura que estos contenidos seguirán en auge en un par de años, asimismo, considerar que hay más plataformas donde se puede difundir contenido y por más tiempo.

- Realizar 2 entrevistas y sus respectivos análisis a expertos en producción audiovisual sobre su perspectiva que tienen frente a los videos de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’.

El quinto objetivo se desarrolló una entrevista semiestructurada de 10 preguntas a dos expertos en producción audiovisual. La perspectiva que tienen de manera general con las productoras audiovisuales que producen videos de reflexión y la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’.

A considerar de los expertos, las producciones que se realizan en Ecuador y Loja hoy en día son mínimas, por estos factores: falta de apoyo de las autoridades para llevar a cabo una producción y poca capacitación de profesionales para crear grandes producciones como documentales y películas. Mientras tanto, existe la facilidad de explotar su contenido por medio de las redes sociales, en este caso Facebook por ser gratuita, fácil de navegar y usar (aunque lo que se publica es desechable, un contenido desechable que se acabará en cualquier momento). Acorde con las plataformas, *Tik Tok e Instagram* se puede publicar (sketch, videos cortos de algún consejo, reels, etc.), *YouTube* (largometrajes, cortometrajes, series, etc.), *Facebook* (sketch, transmisiones en vivo, videos cortos, etc.) y *Televisión*

(documentales, novelas, reportajes, etc.), depende las preferencias y públicos. Por consiguiente, los videos de reflexión que difunden las diferentes empresas, lo hacen para llegar a un público que se sienta identificado con la historia; para reflexionar y tomar mejores decisiones con su diario vivir. No obstante, estos productos audiovisuales no son considerados como grandes producciones, sino son videos de reflexión que generan algo durante cierto tiempo con sus visualizaciones, reacciones e ingresos económicos. Además, a pesar de la rivalidad que se tienen entre empresas, lo más óptimo es reunirse y conversar de los temas que se está llevando para no caer en el mismo juego, porque están perdiendo valor en su público. Asimismo, si se habla de ‘Un Escalón a la Vida’ tratar de ser más originales, si es necesario crear un personaje nuevo para resaltar con sus videos y no lo típico que se ha visto en Ecuamedios con Luz María.

Actualmente, es evidente como las empresas tienen como meta la publicidad y persuasión de sus productos en las redes sociales, pero va más allá de la promoción, existe un intercambio de información y experiencias con sus públicos. Es así que, Valerio *et al.* (2015) destacan que en estos escenarios es fundamental contar con un gran número de seguidores, como en el caso de Facebook, para que las comunicaciones sean concurrentes, relevantes y descontextualizadas a otros medios de comunicación (p.112). No obstante, hay una balanza con este asunto, porque el rol de los consumidores ha cambiado, ya no son receptores pasivos de información, ahora son generadores activos de contenido. Más aún, con las productoras audiovisuales independientes que cada día van creciendo en todo el país, existe un favor negativo porque se estima que se mueven de acuerdo a las tendencias y si lo siguen haciendo, pocos serán los productos consumidos.

8. Conclusiones

En situación posterior de haber cumplido con el análisis de los resultados conseguidos en relación a la perspectiva de los usuarios, ciudadanía de Zamora, gerente de la empresa Yoon Network y expertos en producción audiovisual, frente a los videos de reflexión difundidos en la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’, se concluye que:

- Las productoras audiovisuales independientes, han encontrado en Facebook un espacio para lanzar sus videos de reflexión y obtener un gran número de seguidores, explorando con temas en tendencia como: infidelidad, perjuicio a discapacitados, violencia de género, entre otros.
- A pesar de la gran aceptación de los videos de reflexión de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’, parte de los usuarios se identifican con las historias porque les ha sucedido alguna vez, sin embargo, hay otro porcentaje que se centra en detalles de cada producto audiovisual: sonido, diálogos entre actores, malas locaciones e implementos que utilizan. Sobre todo, hacen algunas comparaciones con el programa de televisión en Televisa ‘La Rosa de Guadalupe’ (resaltando la sobre actuación) y un segmento que dirige Lizbeth Rodríguez en ‘Badabun’ atrapando a infieles (un engaño con la audiencia, porque todo es planeado).
- Según las encuestas, el 99% de los ciudadanos de Zamora han observado videos de reflexión de dicha página - con una duración de 1 hasta 5 minutos al día - y para el 1% los temas presentados aún crean gran controversia por la falta de originalidad en sus historias, por eso abandonan la página en segundos. Entretanto, repartiendo el alcance que ha generado en los 400 encuestados, para el 56% los mensajes de los videos de reflexión de ‘Un Escalón a la Vida’ les enseña valores, ayuda a ser más sinceros con sus sentimientos y genera mejor relación con sus familiares, pareja, amigos, prójimo, etc., seguidamente, para el 25% sus contenidos les son indiferentes y no les sirve de nada. En cambio, para el 19% lo aprovechan solamente para entretenerse.
- Los ciudadanos prefieren productos audiovisuales del exterior por el gran trabajo que dedican en preproducción, producción y postproducción, por el contrario, los productos audiovisuales en el Ecuador sólo se basan en las tendencias de otras

páginas, sin percatarse del declive notorio en la falta de preparación de actores y el trabajo del equipo de la empresa.

- Lo que se destaca acerca de la empresa Yoon Network, son sus dos proyectos en Facebook, uno enfocado en videos de reflexión ('Un Escalón a la Vida') y otro de ayuda social ('Mafer Ochoa'). Incluso, es que la productora audiovisual ofrece la oportunidad de laborar a jóvenes, porque ellos tienen mejores ideas, más frescas y van a buen ritmo. Con todo, el desnivel de la empresa es por llevar temas repetidos, sólo por querer resaltar entre la competencia.
- Los expertos en producción audiovisual señalan algunos puntos importantes: dedicar más tiempo a la preparación de actores, guionistas y manejo de planos para llegar de mejor manera con la historia, realizar contenido audiovisual que se pueda aprovechar en todo momento y tener un acercamiento con la competencia para evitar caer en lo mismo de siempre (temas en tendencia, personajes públicos y actividades con la ciudadanía).

9. Recomendaciones

Al tener en cuenta las conclusiones antes indicadas se presenta las siguientes recomendaciones:

- Las industrias audiovisuales deben hacer un análisis arduo del contenido que están difundiendo en las redes sociales para no ocasionar impactos negativos con los temas repetidos, estudiar con más perfección a sus públicos y competencias.
- Se sugiere la realización de videos de reflexión que satisfaga las necesidades del consumidor de forma integral, es decir, en todos los aspectos, en especial desde la narrativa (la historia que cuenta y cómo se lo cuenta).
- Se recomienda, para futuras investigaciones, tener en cuenta una muestra mayor de habitantes, con la intención de que las cifras figuren el verdadero razonamiento e impresión social en cuanto a estos contenidos audiovisuales.
- Se aconseja, a las productoras audiovisuales que traten de mejorar y hacer hincapié en los procesos de producción (etapas) y así estar al nivel de los contenidos que difunden otras industrias audiovisuales del exterior.
- Las empresas deben aprovechar las mentes jóvenes para ser más creativos y no caer en la repetición de temas, solo por el hecho de competir con las otras productoras.
- Por último, se recomienda contratar a gente capacitada para los diferentes cargos que requiere una empresa audiovisual como tal.

10. Bibliografía

- Alan, D. y Cortez, L. (2018). Investigación cuantitativa y cualitativa. En D. Neill, C. Quezada y J. Rodríguez (Eds.), *Procesos y fundamentos de la investigación científica* (pp. 68- 87). Editorial UTMACH. <https://bit.ly/39xYtyQ>
- Antezana, C. (2017). Las características de los procesos de producción audiovisual en la ciudad de Cochabamba. *Punto Cero*, 22 (35), 23- 37. ISSN 1815- 0276. <https://bit.ly/3a0L8it>
- Araujo, K. y Tene, H. (2022). Perspectiva de los videos de reflexión en Facebook y ‘Un Escalón a la Vida’. Audio. Loja. <https://bit.ly/3z1ynOW>
- Arias, F. (2012). La Investigación científica. En S. Carlos (Ed.), *El Proyecto de Investigación – Introducción a la metodología científica* (pp. 9-139). Editorial Episteme. <https://bit.ly/3PqxF3F>
- Armijos, Y., Betancourt, Y., Chiriboga, R., Herrera, W., León, S., López, P., Rodríguez, I., y Samaniego, O. (18 de junio de 2022). *Perspectiva frente a los videos de reflexión: general y específico ‘Un Escalón a la Vida’* [Zoom – grupo focal]. Stefani Armijos. <https://bit.ly/3yXZnxF>
- Baena, G. (2017). Protocolo y diseño de la Metodología de la Investigación. *Metodología de la Investigación* (pp. 51- 106). Grupo Editorial Patria. <https://bit.ly/3wxNC0V>
- Benavides, M., *et al.* (2021). Los grupos focales como estrategia de investigación en educación: algunas lecciones desde su diseño, puesta en marcha, transcripción y moderación. *Revistas de Investigación Educativa*, 34 (34), 163-197. ISSN 1970-5308. <https://bit.ly/3MuKDLS>
- Bilinkis, S. [TEDx Talks]. (2019, noviembre 27). *Cómo nos manipulan en las redes sociales* [video]. YouTube. <https://youtu.be/8nKCA9h-7BA>
- Botella, P. (2018). Preproducción, producción y postproducción de un perfil audiovisual. [Tesis de grado]. Universidad Politécnica de Valencia. <https://bit.ly/3zyYQCC>

- Burgos, V. (2020). *Creación de contenidos audiovisuales y su incidencia en la municipalidad del cantón Vinces, provincia de los Ríos, año 2020*. [Tesis de grado]. Universidad Técnica de Babahoyo. <https://bit.ly/3cFrREU>
- Cabezas, E., et al. (2018). Enfoques, niveles, investigativos, diseños. En E. Cabezas et al. (Eds.), *Introducción a la metodología de la investigación científica* (pp. 64-86). ESPE. <https://bit.ly/3wk87Of>
- Cáceres, L. (2020). *Un Mundo Digital. Cómo triunfar en el mundo digital*. Grijalbo. <https://bit.ly/3PrU8xD>
- Cristóbal, M. (2014). Producción, distribución y marketing de cine independiente en el mercado internacional. *Historia y Comunicación Social*, 19, 743-754. ISSN 1137-0734. <https://bit.ly/3OY0gMm>
- Cortez, L. y Escudero, C. (2018). Introducción a la investigación científica. En L. Cortez, y C. Escudero (Eds.), *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación* (pp. 12-25). Editorial UTMACH. <https://bit.ly/2uzVIVl>
- Cortez, L. y Escudero, C. (2018). Diseño de investigación cualitativa. En N. Tinoco, M. Cajas, y O. Santos (Eds.), *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación* (pp. 42-56). Editorial UTMACH. <https://bit.ly/2uzVIVl>
- Cortez, L. y Escudero, C. (2018). Características comunes a las diversas modalidades de investigación de corte cualitativo y sus diferencias con las de tipo cuantitativo. En J. Guerrero, L. Cortez, y C. Carchi (Eds.), *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación* (pp. 57-71). Editorial UTMACH. <https://bit.ly/2uzVIVl>
- Cortez, L. y Escudero, C. (2018). La implementación y gestión de los procesos de investigación social cualitativos. En C. Arreaga, C. Quezada, y W. Tinoco (Eds.), *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación* (pp. 57-71). Editorial UTMACH. <https://bit.ly/2uzVIVl>
- Costa-Sánchez, C., y López-Túñez, M. (2019). Contenidos audiovisuales en social media. Análisis comparativo de Facebook y Youtube. *Fonseca Journal of Communication*, 19, 223-236. ISSN 2172-9077. <https://bit.ly/3Bs7OEj>

- Díaz- Bravo, L., Torruco- García, U. et al. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Revista de Investigación en Educación Médica*, 2 (7), 162-167. ISSN 2007 – 865 X. <https://bit.ly/3nUfaZy>
- Ecuamedios. (s.f.). Historia ¿Quiénes somos? *Página web de Ecuamedios*. <https://bit.ly/3I7Xnpt>
- Escobar, J., et al. (2017). Grupos focales: una guía conceptual y metodológica. *Cuadernos hispanoamericanos de psicología*, 9 (1), 51-67. <https://bit.ly/3sD8h12>
- Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. *Metodología de la Investigación*. Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (pp. 2- 21). <https://bit.ly/37PYA8a>
- Ferro, J. (2014). *Gestión de Redes Sociales en la Empresa (Community Manager)*. CreateSpace Independent Publishing Platform. <https://bit.ly/3G4SL3j>
- Fiminela, A. (2020). *Guía para vender más con videos: Cómo armar una campaña de videomarketing y desarrollar videos profesionales para vender todo lo que te propongas*. Editorial Temas. <https://bit.ly/3wBzcLT>
- García, D., et al. (2020). *El cine que nadie ve. El audiovisual como herramienta social* (pp. 6-19). Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano. <https://bit.ly/3wnt3ns>
- Islas, O., et al. (2021). Luces y sombras en la breve historia de Facebook, hoy Meta. *Razón y Palabra*, 25 (112), 469- 490. ISSN 1605- 4806. <https://bit.ly/3wlu8wi>
- Katz, M., et al. (2019). La encuesta y el cuestionario: características generales. *La técnica de encuesta: Característica y aplicaciones* (pp. 2- 5). UBA. <https://bit.ly/3PjICnT>
- López, P. y Fachelli, S. (2015). Producción – La Encuesta. *Metodología de la investigación social cuantitativa* (pp. 5- 35). Creative commons. <https://bit.ly/3sDDpNK>
- Ministerio de Salud y Protección Social – MSP. (s.f.). *Ciclo de Vida*. <https://bit.ly/3NJ2izg>
- Molina, G. y Toledo, R. (2014). *Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes, estudio a realizarse en cuatro colegios de la ciudad de Cuenca*

- con los alumnos de primer año de bachillerato* (pp. 1 - 86). Universidad del Azuay.
<https://bit.ly/3nzhODv>
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa* (pp. 11-13). Universidad Surcolombiana. <https://bit.ly/3P2dTe7>
- Morocho, J. (2020). *Información sobre la empresa Yoon Network/ entrevistado por Stefani Armijos et al.* Periodismo Comunitario e Intercultural, material de la Carrera de Comunicación de la Universidad Nacional de Loja.
- Morocho, J. (2022). *Información de la empresa Yoon Network y página de Facebook 'Un Escalón a la Vida'*. Comunicación Personal. Zamora. <https://bit.ly/3Ok0zkB>
- Orozco, G. (2017). *TVMorfosis 6. Gestión y consumo de contenidos digitales. Nuevos Modelos*. Tintable. <https://bit.ly/3yNm74N>
- Ortiz, M. (2018). Producción Audiovisual. *Producción y realización en medios audiovisuales* (pp. 5- 23). Safe Creative. <https://bit.ly/3lin9On>
- Pérez, A. y Rodríguez del Bosque, I. (2014). Identidad, imagen y reputación de la empresa: integración de propuestas teóricas para una gestión exitosa. *Cuadernos de Gestión*, 14 (1), 97-126. ISSN 1131-6837. <https://bit.ly/3Q7k69d>
- Pérez, G. (2013). Hacia una nueva ubicación conceptual de Internet como medio de comunicación. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 58 (217), 197-214. ISSN 0185-1918. <https://bit.ly/3PLPdqw>
- PDOT. (2020). *Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Zamora* (pp. 1 - 449). ARKAPP. <https://bit.ly/3OHIE9s>
- Piza, N., et al. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa, algunas precisiones necesarias. *Revista Conrado*, 15 (70), 455-459. ISSN 1990-8644. <https://bit.ly/3yJJXi1>
- Quecedo, R. y Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*, 14, 5 – 39. ISSN 1136 – 1034. <https://bit.ly/2HaOBfz>

- Quijano, S. (2019). *Método de Ruta crítica para la preproducción de un cortometraje de ficción en el ámbito académico*. [Tesis de grado]. Universidad Autónoma de Occidente. <https://bit.ly/3SkPKlc>
- Rodríguez, G. (Presentador). (2015, octubre 19). Los vídeos en Facebook (Núm. 12) [Episodio de podcast de audio]. En *Atrapados en la red*. Cadena SER. <https://bit.ly/3PsUlK0>
- Ruiz, J. (2012). La investigación cualitativa. *Metodología de la investigación cualitativa* (pp. 11- 50). Deusto. <https://bit.ly/3wwHrZJ>
- Sedeño, A., Rodríguez, J., y Acuña, S. (2016). El videoclip posttelevisivo actual. Propuesta metodológica y análisis estético. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 332-348. ISSN 1138-5820. <https://bit.ly/3PMos5e>
- Sierra, G. (2012). Producción Audiovisual. *Colección Fascículos digitales – Competencias en Tic* (pp.1- 10). Conectar Igualdad. <https://bit.ly/3lmuk81>
- Taguena, J. y Vega, M. (2012). Técnicas de investigación social – las entrevistas abierta y semidirecta. *Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades, nueva época*, 1 (1), 58- 94. ISSN 1870- 7289. <https://bit.ly/3a6GShF>
- Valerio, G., et al. (2015). Propósitos de la comunicación entre empresas y sus seguidores en Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 110-121. ISSN 1138-5820. <https://bit.ly/3Bc5OQd>
- Yoon Network. (2021). *Britney* [<https://www.facebook.com/britneyOficialYN>]. Facebook. Recuperado el 25 de enero de 2022 de <https://www.facebook.com/britneyOficialYN>
- Yoon Network. (2021). *Un Escalón a la Vida* [<https://www.facebook.com/UnEscalonalaVidaYN>]. Facebook. Recuperado el 29 de junio de 2022 de <https://www.facebook.com/UnEscalonalaVidaYN>

11. Anexos

Anexo 1. Propuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA
COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN

PROPUESTA ALTERNATIVA

Proponer un concepto de propuesta de discurso y producción en lo que
respecta a videos de reflexión.

Autora:

Stefani Anabel Armijos Coronel

Director:

Mgtr. Fausto Boada Hurtado

Loja – Ecuador

2022

Link: <https://bit.ly/3SkUOFc>

Anexo 2. Fichas de Observación

FICHA 1: Top 10 de los videos más reproducidos en la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’

‘UN ESCALÓN A LA VIDA’			
Top 10	Título (link)	Nº Visualización	Nº Duración
Nº1			
Nº2			
Nº3			
Nº4			
Nº5			
Nº6			
Nº7			
Nº8			
Nº9			
Nº10			

Elaboración: Stefani Anabel Armijos Coronel

FICHA 2: Análisis del top 10 de los videos más reproducidos en la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’

VÍDEOS MÁS VIRALES									
Top 10	Título	Descripción					Mensaje		
N° 1									
	N° Reacciones							N° compartidos	N° Comentarios
	Me gusta	Me encanta	Me importa	Me divierte	Me entristece	Me asombra	Me enoja		
	REVISIÓN DE COMENTARIOS								
	Positivos (5)				Negativos (5)				
ANÁLISIS									
N° 2	Título	Descripción					Mensaje		
	N° Reacciones							N° compartidos	N° Comentarios
	Me gusta	Me encanta	Me importa	Me divierte	Me entristece	Me asombra	Me enoja		
	REVISIÓN DE COMENTARIOS								
	Positivos (5)				Negativos (5)				

	ANÁLISIS								
N° 3	Título		Descripción					Mensaje	
	N° Reacciones							N° compartidos	N° Comentarios
	Me gusta	Me encanta	Me importa	Me divierte	Me entristece	Me asombra	Me enoja		
	REVISIÓN DE COMENTARIOS								
	Positivos (5)					Negativos (5)			
	ANÁLISIS								
N° 4	Título		Descripción					Mensaje	
	N° Reacciones							N° compartidos	N° Comentarios
	Me gusta	Me encanta	Me importa	Me divierte	Me entristece	Me asombra	Me enoja		

REVISIÓN DE COMENTARIOS									
Positivos (5)					Negativos (5)				
ANÁLISIS									
Nº 5	Título	Descripción						Mensaje	
	Nº Reacciones							Nº compartidos	Nº Comentarios
	Me gusta	Me encanta	Me importa	Me divierte	Me entristece	Me asombra	Me enoja		
	REVISIÓN DE COMENTARIOS								
	Positivos (5)					Negativos (5)			
ANÁLISIS									
Nº 6	Título	Descripción						Mensaje	

		N° Reacciones						
Me gusta	Me encanta	Me importa	Me divierte	Me entristece	Me asombra	Me enoja	N° compartidos	N° Comentarios
REVISIÓN DE COMENTARIOS								
Positivos (5)				Negativos (5)				
ANÁLISIS								
Título		Descripción					Mensaje	
		N° Reacciones						
Me gusta	Me encanta	Me importa	Me divierte	Me entristece	Me asombra	Me enoja	N° compartidos	N° Comentarios
188 mil	48 mil	3,6 mil	1,2 mil	2 mil	2,2 mil	1,7 mil	26,6 mil	1,5 mil
REVISIÓN DE COMENTARIOS								
Positivos (5)				Negativos (5)				

N° 7

ANÁLISIS								
Título	Descripción						Mensaje	
N° Reacciones							N° compartidos	N° Comentarios
Me gusta	Me encanta	Me importa	Me divierte	Me entristece	Me asombra	Me enoja		
133 mil	17 mil	5,1 mil	1,3 mil	63 mil	2 mil	4,4 mil	23,6 mil	5,8 mil
REVISIÓN DE COMENTARIOS								
Positivos (5)				Negativos (5)				
ANÁLISIS								
Título	Descripción						Mensaje	
N° Reacciones							N° compartidos	N° Comentarios
Me gusta	Me encanta	Me importa	Me divierte	Me entristece	Me asombra	Me enoja		
REVISIÓN DE COMENTARIOS								
Positivos (5)				Negativos (5)				

N° 10									
	ANÁLISIS								
	Título		Descripción					Mensaje	
	N° Reacciones							N° compartidos	N° Comentarios
	Me gusta	Me encanta	Me importa	Me divierte	Me entristece	Me asombra	Me enoja		
	REVISIÓN DE COMENTARIOS								
	Positivos (5)					Negativos (5)			
ANÁLISIS									

Elaboración: Stefani Anabel Armijos Corone

Anexo 3. Encuesta

PERSPECTIVA SOCIAL - 'UN ESCALÓN A LA VIDA'

Estimados/as:

La presente encuesta está enfocada a un trabajo de investigación, para conocer la perspectiva que tiene la ciudadanía de Zamora con respecto al contenido audiovisual de la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida'.

Responda a su tiempo y con la mayor sinceridad posible. No deje ninguna pregunta sin contestar.

*-Ponga una **X** en la opción que elija.*

¡Agradezco tu participación!

Información general

Nombre

Género

- Masculino
- Femenino

Edad

1. ¿Usted usa redes sociales?

- Si
- No

2. ¿Utiliza con frecuencia las redes sociales?

- Con mucha frecuencia
- Algunas veces
- Un poco
- No utilizo

3. Las redes sociales le sirven como un espacio de:

- Información
- Entretenimiento
- Conocer gente
- Trabajo
- Estudios
- Ninguno

Facebook - Videos de reflexión

4. ¿Usted ha visto videos de reflexión en Facebook?

- Si
- No

5. ¿Cuántos videos consume al día?

- 1 - 2 videos
- 3 - 4 videos
- 5 - más
- Ninguno

6. ¿Cuál es su perspectiva en cuanto a este contenido?

- Muy interesante
- Se aprende valores
- Son vídeos para entretenerse
- Me parece cómico
- Es muy aburrido
- Otra: *¿Por qué?*

Un Escalón a la Vida – videos de reflexión

7. ¿Usted ha observado los videos de la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida' (tratan de videos de cortometrajes actuados de la vida real)?

- Si
- No

8. ¿Qué tiempo dedica a observar estos videos de la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida'?

- 1 min - 5 min
- 6 min - 10 min
- 11 min - 15 min
- 16 min - 20 min
- 21 min - 25 min
- 26 min - 30 min
- Ninguno

9. ¿El tiempo que ocupa al observar estos videos de reflexión de la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida' son provechosos en su vida?

- Muy provechoso
- Mediamente provechoso
- Poco provechoso
- Nada provechoso
- Otra: *¿Por qué?*

10. ¿El contenido de los videos de la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida' aporta en su vida? ¿de qué manera?

- A tener una mejor relación (familia, pareja, etc.)
- A ser más sincera/o con mis sentimientos
- Apoyar al prójimo
- Me sirve para entretenerme
- Me es indiferente

No me sirve de nada

Otra: *¿Por qué?*

11. ¿Cuántos videos de la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida' consume al día?

1 - 2 videos

3 - 4 videos

5 - más

Ninguno

12. Al observar estos videos de la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida' ¿qué sentimientos provoca en usted?

Enojo

Tristeza

Alegría

Sorpresa

Miedo

Rechazo

Ninguno

Otra: *¿Por qué?*

13. ¿Cómo califica estos videos de reflexión de la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida'? 1 pésimo - 5 excelente

PÉSIMO	MALO	MÁS O MENOS	BUENO	EXCELENTE
1	2	3	4	5

Nuevamente, gracias por tu participación en la encuesta.

Anexo 4. Grupo Focal

PREGUNTAS:

1. ¿Qué opina de las páginas que presentan videos de reflexión? Ecuamedios, Nigman Network, Davier Network, Vadube, etc.
2. ¿Su perspectiva en cuanto al contenido de las otras páginas de videos de reflexión y ‘Un Escalón a la Vida’ es la misma o no?
3. ¿Qué sentimientos, emociones, sensaciones le provoca al ver estos vídeos de reflexión? general- específico.
4. ¿Usted cree que el contenido presentado en los vídeos de reflexión aporta a usted, a la sociedad? Si – no (¿por qué?), ¿Recomendaría esta clase de contenido a sus hijos, padres, pareja, amigos, etc.? Si – no (¿por qué?) general – específico.
5. Por último, ¿qué considera que les falta a estas productoras para mejorar en la industria de la producción audiovisual?

Anexo 5. Entrevista – Gerente de ‘Yoon Network’

PREGUNTAS:

DATOS DE LA EMPRESA

1. ¿De dónde surgió la idea de crear una productora audiovisual?
2. ¿Quiénes son las personas encargadas de la empresa Yoon Network? (sedes) ¿De cuántas personas está conformado el equipo técnico y humano de la empresa?
3. ¿Cuál es el objetivo de la empresa Yoon Network?
4. ¿Cuántas páginas dirige usted? ¿cuál es el objetivo de cada una?
5. ¿Considera que su empresa resalta entre las demás? Sí: ¿qué va hacer para mantenerse? No: ¿qué le falta?

PÁGINA: ‘UN ESCALÓN A LA VIDA’

6. ¿Por qué escogió el nombre de ‘Un Escalón a la Vida’? ¿Cuál es el objetivo de crear esta página?
7. Mencione el análisis FODA de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’
8. ¿Cuál es la población que más consume sus videos de la página ‘Un Escalón a la Vida’?
9. ¿En qué aporta esta clase de vídeos en la sociedad?
10. ¿Cuáles son los vídeos más reproducidos en la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’? temática.
11. ¿Cuál es la perspectiva de la gente de Zamora en cuanto al contenido de la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’?
12. ¿Qué opinan sus competencias de sus vídeos emitidos en la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’?

Anexo 6. Entrevistas – Expertos en Producción Audiovisual

PREGUNTAS:

1. En relación a las producciones audiovisuales que se realizan en Ecuador hoy en día ¿cómo las calificaría según su criterio?
2. En relación a las producciones audiovisuales que se realizan en Loja hoy en día ¿cómo las calificaría según su criterio?
3. ¿Cuáles son las mejores plataformas para promocionar contenido audiovisual?
4. ¿Por qué cree que muchas productoras ven en Facebook una gran herramienta para promocionar sus videos y tener créditos económicos?
5. Ahora, centrándonos en el boom de los videos de reflexión emitidos en las páginas de Facebook: ¿Por qué cree que estas empresas llevan adelante este contenido?
6. ¿Considera que este contenido audiovisual aporta a la ciudadanía de manera positiva o negativa? Si: ¿De qué manera? No: ¿Por qué?
7. Se ha evidenciado que la mayoría de las empresas llevan las mismas temáticas en cuanto a sus videos ¿cuáles cree que serían las mejores estrategias que deberían planificar para ser más auténticas?
8. Las productoras audiovisuales piensan en competir entre ellas o piensan en su público ¿Qué tan evidente es esto desde su perspectiva?
9. ¿Cuál es su perspectiva que tiene frente a los videos de reflexión que se difunden en Facebook?
10. Finalmente, ¿cuál es su perspectiva que tiene frente a los videos de reflexión que se difunden en la página de Facebook ‘Un Escalón a la Vida’?

Anexo 7. Oficios de designación y aprobación del Trabajo de Integración Curricular

Oficio No.085-D-CCS-FEAC-UNL
Loja, 10 de mayo de 2022

Magister.

Fausto Boada Hurtado.

**DOCENTE DE LA FACULTAD DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

Ciudad. -

De mi consideración:

De conformidad a lo dispuesto en los Art. 227 y 228 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, me permito remitir a usted el Proyecto de Tesis titulado: **ANALIZAR EL IMPACTO DIGITAL DE ‘UN ESCALÓN A LA VIDA’ DE LA EMPRESA YOON NETWORK EN EL COMPORTAMIENTO ONLINE DE LOS USUARIOS DE LA CIUDAD DE ZAMORA, MAYO – JULIO 2022**, de autoría de la señorita: Stefani Anabel Armijos Coronel, estudiante de la Carrera de Comunicación; a fin de que en un plazo de ocho días hábiles, luego de su análisis y revisión correspondiente se emita el Informe de **Estructura y Coherencia** del mencionado proyecto, mismo que deberá ser coherente con las líneas de investigación de la Carrera,

Aprovecho esta oportunidad para expresarle los sentimientos de mi consideración y estima personal.

Atentamente,

**EN LOS TESOROS DE LA SABIDURIA ESTA
LA GLORIFICACION DE LA VIDA**



Firmado electrónicamente por:

**HEVER
SANCHEZ**

Mgs. Hever Sánchez Martínez.

DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN

HSM/so. C.c. Interesada, Archivo



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA
COMUNICACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Loja, 24 de mayo de 2022

Sr. Magister,
Hever Sánchez Martínez,
DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN - UNL

De mis consideraciones:

En el marco del oficio No. 085-D-CCS y en consideración a la designación de que fuera objeto para que informe sobre la estructura y coherencia del proyecto de Licenciatura, titulado: **“ANÁLISIS DE LA PERSPECTIVA SOCIAL DE LOS VIDEOS EMITIDOS POR LA PÁGINA DE FACEBOOK ‘UN ESCALÓN A LA VIDA’ EN LA CIUDADANÍA DE ZAMORA, EN EL PERIODO MAYO, 2022.”** de la autoría de la señorita: **STEFANI ANABEL ARMIJOS CORONEL**, estudiante de octavo ciclo de la Carrera de Comunicación.

Me cumple informarle que dicho proyecto **Es Pertinente**, por lo que considero que es procedente que continúen con los trámites para su graduación, conforme lo señala el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja en vigencia, salvo el más ilustrado criterio de su autoridad.

Con los sentimientos de la consideración y estima más distinguidos.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:

FAUSTO ALEXANDER
BOADA HURTADO

Ing. Fausto Boada Hurtado, Mgtr.
DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN – UNL

Loja, 01 de agosto de 2022

CERTIFICACIÓN DE TRADUCCIÓN

Doctora.

Erika Lucía González Carrión, Ph.D.

Docente de la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja

CERTIFICO:

En mi calidad de traductora del idioma Inglés, con capacidades que pueden ser probadas a través de las traducciones realizadas para revistas de alto impacto como: Comunicar(Q1): <https://bit.ly/3v0JggL> así como a través de la Certificación de conocimiento del Inglés, nivel B2, que la traducción del Resumen (Abstract) del Trabajo de Titulación denominado: **“ANÁLISIS DE LA PERSPECTIVA SOCIAL DE LOS VIDEOS EMITIDOS POR LA PÁGINA DE FACEBOOK ‘UN ESCALÓN A LA VIDA’ EN LA CIUDADANÍA DE ZAMORA, EN EL PERIODO MAYO, 2022”**; de la autoría de la señorita estudiante: **Stefani Anabel Armijos Coronel**, con CI: 1150766523, es correcta y completa, según las normas internacionales de traducción de textos.

Es cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando a la interesada, señorita **Stefani Anabel Armijos Coronel**, hacer uso legal del presente, según estime conveniente.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:

**ERIKA
LUCIA
GONZALEZ
CARRION**

Dra. Erika González Carrión. PhD.

Docente de la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación
Universidad Nacional de Loja