



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD CIENCIAS JURÍDICAS SOCIALES DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN REDISEÑADA



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

PROBLEMA:

ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS DE ENTRETENIMIENTO DE LOS INFLUENCER DE BABAHOYO EN EL 2022. CASO JUANKA.

AUTOR:

Beltran Romero Kevin Armando

TUTORA:

MSC. Becilla Garcia Leticia Aurora

BABAHOYO - ECUADOR

2023

DEDICATORIA

El presente estudio de caso, está dedicado a mi hijo Zahid Beltrán Bravo, quien ha sido mi fuente de inspiración durante estos años, y más grande motivación para alcanzar mis metas, también, a mis padres Armando Beltrán y Amanda Romero, así mismo, a dos compañeros que por situaciones de la vida, tuvieron que desistir momentáneamente de los estudios, pero aun conservo la amistad que creamos, este triunfo es por y para ellos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme salud y vida, por sostenerme en los momentos difíciles que en distintos casos se han presentado, y fortalecerme cuando pensé en desistir, fue mi guía para no hacerlo.

Por consiguiente, agradezco a todos los docentes, que me impartieron clases, al ser comprensivos y empáticos cuando así lo requería y ayudarme cuando lo necesité, agradezco especialmente a la Máster Leticia Becilla por su paciencia y apoyo incondicional, así mismo, a la Lcda. Diana Ovalle, mi ex suegra, quien se ha convertido como mi segunda mamá, y tampoco ha dudado en apoyarme en todo momento y circunstancia.

RESUMEN

El presente estudio análisis de los contenidos de entretenimiento de los influencer de Babahoyo en el 2022. Caso Juanka, tiene como objetivo analizar los contenidos de entretenimiento de los influencer de Babahoyo en el 2022. Caso Juanka, en el cual destaca la presencia de los influencer en ls redes sociales, identifica su accionar y describe los contenidos utilizados por ellos y en especial del influencer babahoyense Juanka, el estudio de caso se orienta en un investigación básica adopta un diseño descriptivo con enfoque cualitativo, destinado al análisis de datos provenientes de las unidades de información que se complementa con la utilización del método inductivo-deductivo, las técnicas de ficha de observación a los contenidos publicados por el influencer en mención y la entrevista un reconocido creador de contenidos digitales de Babahoyo como forma de recolección de información, obteniendo como resultados que sus contenidos emiten entretenimiento que llame la atención al público, en gran parte humor con doble sentido incentivando el morbo, además de exposición de vida personal en algunos casos exagerando, los contenidos que emite Juank, se considera que han dado resultado porque han segmentado a la audiencia, conocen que es lo que consumen y cuáles son los temas que les interesan, existe contenido de entretenimiento que edifica a la audiencia y destruye o se burla de los demás, generando ms situaciones negativas que positivas en la audiencia.

Palabras claves.- Contenidos, entretenimiento, influencer, caso Juanka

ABSTRACT

The present study analyzes the entertainment content of Babahoyo influencers in 2022. Juanka Case, aims to analyze the entertainment content of Babahoyo influencers in 2022. Juanka Case, in which the presence of influencers stands out. in social networks, identifies their actions and describes the content used by them and especially the Babahoyense influencer Juanka, the case study is oriented towards basic research, adopts a descriptive design with a qualitative approach, intended for the analysis of data from the units of information that is complemented by the use of the inductive-deductive method, the observation sheet techniques to the contents published by the influencer in question and the interview with a renowned creator of digital content from Babahoyo as a way of collecting information, obtaining as results that its contents broadcast entertainment that attracts the attention of the public, largely humor with a double meaning encouraging curiosity, in addition to exposure of personal life in some cases exaggerating, the content that Juank broadcasts is considered to have given results because they have segmented the audience, they know what they consume and what they are the topics that interest them, there is entertainment content that edifies the audience and destroys or makes fun of others, generating more negative than positive situations in the audience.

Keywords.- Content, entertainment, influencer, Juanka case

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	
DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
RESUMEN.....	iii
ABSTRACT	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
CONTEXTUALIZACIÓN.....	1
1. Planteamiento del problema	1
2. Justificación	1
3. Objetivos	2
3.1. Objetivo General:	2
3.2. Objetivo Específicos:	2
4. Línea de investigación.....	2
DESARROLLO	3
5. Marco conceptual	3
5.1. Antecedentes	3
6. Marco metodológico	8
7. Resultados	9
8. Discusión de resultados	11
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	14
9. Conclusiones	14
10. Recomendaciones	14
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	15
ANEXOS.....	17
Cuestionario para las entrevistas	19

CONTEXTUALIZACIÓN

1. Planteamiento del problema

En los momentos actuales, el influencer engloba la evolución, la mejorada imagen del cacique de opinión orientado al entorno virtual, valiéndose del gran poder que muestran las redes sociales, están en la posibilidad de generar sentimiento emotivos y de empuje a las esperanzas de los niños, niñas, jóvenes y adolescentes al compartir sus conocimientos de forma virtual con entornos, orientaciones y, a frecuencia con, espontaneidad bien contruidos. Los influencers, como los famosos, está en la posibilidad de inducir persuasión mala o buena en sus seguidores adolescentes, y es importante que los niños y los jóvenes estén aptos para meditar analíticamente sobre lo que están observando.

Se denotan alternativos resultados contrarios que los individuos influyentes pueden contener en la autoestima, la expresión corporal y el entendimiento de la "vida real" de un niño. De la misma forma que con las persuasiones malas en la vida real (como que los seres infantiles consuman tabaco o tengan una conducta inadecuada),

2. Justificación

Con las nuevas y novedosas formas de comunicarse, las actividades y situaciones de la vida diaria han generado cambios profundos en la población y con ello los nuevos líderes que se muestran en las redes sociales y que influyen directamente en los adolescentes y jóvenes, hay muchos factores que afectan el comportamiento, y estos son diferentes para cada niño, por lo tanto es importante realizar estudios encaminados a evidenciar las cargas negativas o positivas que estos generan, de igual forma, como padres y cuidadores de niños conocen, sus intereses, fortalezas y vulnerabilidades, y se debe considerar qué papel desempeñan las personas influyentes en su vida.

Conociendo cómo es la labor del influencer, el deseo de los involucrados y de quienes se sirven de los resultados, se hace evidente la factibilidad que presenta el presente caso de estudio, que se complementa con los aportes que brindan ya sea de forma teórica al fundamentar científicamente de fuentes fidedignas que sirven de sustento para futuras investigaciones relacionadas al tema y de aporte práctico al ejecutar el mismo.

De igual forma, se evidencian dos tipos de beneficiarios, los directos que en este caso son los jóvenes y adolescentes, los influencers, y las instituciones que requieren de los servicios de estas personas involucradas, y por otro lado los indirectos como son los familiares de los periodistas, de los dueños de los medios y la ciudadanía en general.

3. Objetivos

3.1. Objetivo General:

Analizar los contenidos de entretenimiento de los influencers de Babahoyo en el 2022. Caso Juanka.

3.2. Objetivo Específicos:

- Sustentar teóricamente mediante una revisión bibliográfica los contenidos de entretenimiento de los influencers de Babahoyo.
- Estudiar la evolución de los contenidos de entretenimiento de los influencers de Babahoyo.
- Determinar el aporte social de los contenidos de entretenimiento de los influencers de Babahoyo en el 2022.

4. Línea de investigación

El presente estudio de caso se enmarca en la línea de investigación Gestión de la comunicación y en la sublínea Producción periodística en prensa, radio y televisión.

DESARROLLO

5. Marco conceptual

5.1. Antecedentes

En la investigación desarrollada por (Gómez-Nieto, 2018), con el título El influencer: instrumento ideal en el entorno virtual de la publicidad dudosa, indica que en los últimos tiempos, el influencer involucra la evolución, la versión mejorada del cacique de opinión involucrado al entorno virtual, valiéndose del gran poder que evidencian las redes sociales. Según el trabajo de cada año de Redes Sociales (IABSpain, 2016), un 85% de internautas manifiesta que sigue a los influencers en las redes sociales. El influencer es un individuo que goza de algo de confianza sobre un contenido en particular y que su persuasión e orientación en las redes sociales lo convierte en un prescriptor correcto de una publicidad en particular. El propósito de este estudio es indagar el nuevo contexto de la imagen del influencer como parte importante en la planificación e incursión Social Media de las estructuras virtuales, y en la construcción de la publicidad dudosa, puesto que las ideas inculcadas por el influencer en la mayoría de casos se encubren y se guardan información primordial para el seguidor. Entre las conclusiones más importantes se evidencia la justificación del uso del influencer por compañías de diversos lugares en su planificación de marketing virtual, la ilegalidad expresa en la publicidad digital, la labor frecuente de publicidad falsa utilizando la imagen de influencer.

(Atienza-Sancho, 2020), en su publicación ideas de los usuarios en relación a la presión que aplican en ellos los *influencers* para la adquisición de bienes o servicios, estudia a los *influencers* en la adquisición de bienes o servicios considerando las ideas de los usuarios. Para esto se basa en una encuesta orientada a consumidores de redes sociales con edades que fluctúan entre los 16 y los 34 años. Por medio de un estudio de elementos

primordiales, se evidencia que las características encontradas en los influencers se relacionan con las de un cacique de opinión tradicional.

En la investigación desarrollada por (Zozaya-Durazo, 2022), cuyo título es Estudio de la capacidad de infantes en España para identificar los temas comerciales sugeridos por influencers, indica que los infantes están en riesgo a diversos temas en su utilización del internet y el presente trabajo analiza particularmente aquellos generados por influencers en formas mixtas que mezclan variados propósitos, incluidos los de ventas, y que además forman parte de un objetivo más grande para ser identificados claramente. Desde la visión de la alfabetización comercial on line tal y como la manifiestan Roozendaal et al. (2011), el estudio tiene como propósito evidenciar qué componentes de las consideraciones definicionales y de comportamiento de esta escolarización están incluidas en el procesamiento que los infantes hacen de los temas expuestos por influencers. Los productos evidencian que todos los infantes seleccionan un espectro comercial entre marcas e influencers, a pesar de aquello, y particularmente los más pequeños, no tienen capacidad de diferenciar cuando se les presenta un material informativo pagado si este no está indicado como tal. Los adolescentes, por su parte, mostraron una situación analítica ante el marketing de persuasión a partir de la relación y apego del producto publicitado y el influencer, así como el camino o perfil del constructor de contenido.

En el estudio realizado por (Ponce-Alvarado, 2018), con el título ¿Cómo los influencers han cambiado los hábitos de consumo de los millennials en Guayaquil?, indica como son las formas de consumo y perfil del usuario millennial de la ciudad exhibiendo como propósito primordial estudiar cómo los influencers han evolucionado las formas de consumismo de esta población. Según los productos generados se puede indicar al usuario millennial como exigente, la calidad y el costo son los elementos más

importantes para que seleccione un estilo, adoptan como costumbre entrar de forma frecuente a las redes sociales y ver videos. El producto más importante que se dio en el estudio es que los influencers si están influyendo en las formas de consumo de los millennials de la ciudad de Guayaquil, considerando que para esta población es relevante verificar en estos individuos antes de escoger una determinación de adquisición. Concluyendo que las marcas o compañías ecuatorianas podrían usar a influencers para publicitar productos o servicios.

Marco conceptual

Contenido

Según (EUSTAT, 2020), Unidades de información que abarcan una temática homogénea, que pueden diferenciarse con cierta precisión y que suelen tener un mantenimiento simultáneo. Como contenidos de una página web no se incluyen los enlaces a otros contenidos o páginas web, exceptuando el caso de que sea un conjunto de vínculos que formen un directorio o listado temático, como por ejemplo las referencias normativas de un ámbito específico (transportes, urbanismo, etc.).

De acuerdo a (WORKANA, 2021), El contenido web es cualquier texto, imagen, audio, video o programa que puede ser consultado en Internet mediante un navegador web. A diferencia de otros programas como Word que sólo pueden abrir archivos en un par de formatos además del .docx, los navegadores soportan una amplia variedad de estándares web como HTML5, CSS, JavaScript, XHTML, etc. Mediante los que pueden acceder a muchísimos tipos de archivos multimedia y contenido interactivo. En resumen, el contenido web es todo aquello que puedes ver en la pantalla de tu computadora, tu tablet o tu móvil cuando entras a Internet.

Entretenimiento

El entretenimiento define las actividades destinadas a dar a la gente placer o relajación, una diversión con la intención de fijar la atención de una audiencia o de las personas participantes.

De acuerdo con el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE, 2020), entretenimiento es la acción o efecto de entretener o entretenerse. Cosa que sirve para entretener o divertir.

El concepto de entretenimiento es aquel que se utiliza para designar a todas aquellas actividades relacionadas con el ocio y la diversión de una persona o un grupo de personas, aunque erróneamente en ocasiones se use dicho término para designar a actividades relacionadas con el mundo del espectáculo, por ejemplo la televisión, shows en vivo, actividades deportivas, el cine, etc. Lo cierto es que, aunque todas las acciones anteriores son consideradas como entretenimiento en el sentido de que sirven para mantener a las personas entretenidas en situaciones en las que la participación es voluntaria y tiene que ver principalmente con el deseo de buscar placer, divertirse y acceder al ocio, no debemos olvidar otro tipo de actividades, que sin tener que ver con lo que hoy conocemos como Industria del entretenimiento, también producen en la gente el mismo efecto (Castro-Flores, 2020, pág. 23).

El entretenimiento define las actividades destinadas a dar a la gente placer o relajación, una diversión con la intención de fijar la atención de una audiencia o de las personas participantes. El entretenimiento está muy relacionado con el ocio y el tiempo libre, es decir, el que no utilizamos para trabajar, comer o dormir, sino que lo dedicamos a hacer lo que nos gusta y para el crecimiento personal, donde entra, ahora sí, la industria del entretenimiento como opción (Castro-Flores, 2020, pág. 23).

Influencer

Según (Gómez-Nieto, 2018), El influencer es un individuo que goza de algo de confianza sobre un caso en particular y que su imagen y persuasión en las redes sociales permite que se enarbore como un prescriptor preferido de un estilo determinado.

Marketing de influencia, en el que convergen las redes sociales como lugares publicitarios de fácil acceso a los consumidores, como los jerarcas de opinión o los individuos famosos como prescriptores e influencers, a los que los estilos orientan sus trabajos comunicativos para, por medio de áselos, llegar a más usuarios empoderados (Fernández-Gómez, 2018, pág. 02). Las redes sociales se enarbolan como el punto primordial del influencer, pero también deben convertirse para el propio estilo, es decir cada estructura debe tener su lugar propio y debe estar de forma ética comprometido y de acuerdo a la ley.

Juan Carlos Rodríguez Tello oriundo de Guayaquil, pero radicado en Babahoyo hace aproximadamente 6 años, es un joven apasionado por el deporte siendo el patinaje uno de sus preferidos. A sus 21 años goza de mucha popularidad en las redes sociales por su carisma y don servicial.

Juank, como muchos lo conocen desde adolescente trabajó ganándose la vida en lo que se pueda para costear sus gastos. Sus inicios laborales fueron como bartender en fiestas privadas y discotecas, también realizaba perforaciones de piercing.

Su amor por los tatuajes lo ha tenido desde niño y el estar rodeado de familiares con esta moda lo incentivó a continuar con aquello. Cuando tenía 16 años se realizó su primer tatuaje y desde aquel entonces no ha parado, a su corta edad casi todo su cuerpo está rodeado de más de 120 tatuajes del cual se siente a gusto, dándole una característica y estilo único.

Este joven talentoso cautivado por el arte corporal, quien un día soñó por mejorar su vida en el ámbito laboral, hoy, es un reconocido influencer a nivel nacional e

internacional por sus constantes videos de ayuda social y entretenimiento que los hace junto a sus amigos y con su futura esposa Nicol Torres más conocida como la China, quien también es influencer (ALDIA, 2021).

6. Marco metodológico

El presente estudio de investigación básica adopta un diseño descriptivo con enfoque cualitativo, destinado al análisis de datos provenientes de las unidades de información, es no experimental por cuanto no manipulará ninguna variable. Según (Bedregal, 2018), el enfoque cualitativo permite conocer, desde la perspectiva de los usuarios externos (usuarios, familias, periodistas) o usuarios internos (profesionales, técnicos, personal de apoyo) las creencias, valores, actitudes, percepciones, opiniones, y modos de vivenciar y actuar respecto de los servicios de salud.

De acuerdo a (Guevara-Alban, 2020), la investigación descriptiva tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes.

Método inductivo – deductivo

Francis Bacon (1561-1626), citado por (Rodríguez-Jiménez, 2018), fue el pionero en proponer la inducción como un método alternativo para asimilar información. Argumentaba que para adquirir sabiduría es necesario estudiar el entorno, juntar la información particular y hacer generalizaciones a partir de aquello. Según Bacon, los estudios se realizaban sobre acontecimientos indistintos de una clase para luego a partir de aquellos se hacían inferencias de la clase entera. Este proceso es lo que en la actualidad se conoce como deducción lógica, que se convertiría en el principio base de todas las

ciencias. Su proceso es: i) observación; ii) formulación de hipótesis; iii) verificación; iv) tesis; v) ley y vi) teoría.

Por su conformación el método inductivo-deductivo en el presente estudio de caso por los procedimientos inversos: inducción y deducción. La inducción en razonamiento del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales. Su base es la repetición de hechos y fenómenos de la realidad, encontrando los rasgos comunes en un grupo definido, para llegar a conclusiones de los aspectos que lo caracterizan. Las generalizaciones a que se arriban tienen una base empírica.

La entrevista

Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial. Canales la define como "la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto" (Díaz-Bravo, 2017, pág. 22), a utilizarse en el presente estudio de caso para la recopilación de la información de campo en el lugar de los hechos, de forma formal utilizando un cuestionario de preguntas abiertas como herramienta a aplicarse a los involucrados que en este caso es la población y la muestra dos influencers que conocieron el caso de Juanka

7. Resultados

Ficha de observación

En la ficha de observación realizada sobre el influencer "Juank Sykes", con nombres de Juan Carlos Rodríguez Tello, se evidenció que el tipo de contenido que publica en sus redes sociales, plataforma más utilizada Facebook, es sobre: retos, dinámicas, entretenimiento, ciencia ficción, videos de reflexión y vida diaria, además, se

procedió a analizar uno de los videos con mayor reproducción, donde alcanza los 76 millones de visualizaciones y 99 mil comentarios.

El video trata sobre la pérdida del bebé de Juank, por una presunta actividad “paranormal”, donde se expone como un ente golpea a ambos, a la “China” su esposa y a Juank. la “China” es la más perjudicada debido a la fuerza con la que fue empujada contra la pared, inmediatamente comienza a presentar dolores y debe de ser trasladada al hospital por una aparente amenaza de aborto, lo que pone en alerta a Juank y decide acompañarla.

Ficha de observación 2

En la grabación se deja en evidencia que el evento paranormal, quizá fue ocasionado por el tatuaje que Juank tiene en su espalda, además, que no era la primera vez que la “China” vivía este tipo de situaciones junto a Juank.

Todo lo sucedido, golpes, eventos paranormales es expuesto en el video.

Luego de la salida de emergencia de la “China”, Juank confirma el deceso de su bebé producto al fuerte impacto que sufrió la

“China”, esto provocó un aborto. En el video, muestran y comentan lo acontecido, relatando los días difíciles que vivieron por la pérdida de su bebé, y cómo se fortalecen para seguir adelante.

Explican, que lo sucedido con el “ente” fue provocado por el tatuaje que tiene Juank en su espalda, de manera que pide disculpas a la “China” y al público.

Ficha de observación 3

Relatan su día a día, y exponen los problemas que atraviesan como pareja, sus conflictos amorosos y como lidian con las diferencias que se presentan.

En el video, exhiben como Juanka, trata de reconquistar y arreglar la relación con la “China”, llevando flores a su casa y disculpándose por culparla de infiel, mientras que la “China” se muestra reacia a aceptarlo por haberle ridiculizado delante del público en

videos anteriores, recalcando que ella toleró malos comentarios por parte de la gente y que debe de valorarse como mujer, porque también tiene dignidad.

Entrevista

En la entrevista realizada al influencer, Super Pelusa, Leonardo Loor, argumentó que si existen influencers en Babahoyo y hay algunos, entre ellos Juank Sykes y Nicol La China, ellos mediante su contenido han logrado posicionarse en las redes sociales y a su vez, internacionalizarse. Sus últimos videos, han logrado impactar a la audiencia nacional e internacional.

Además, la mayoría de influencers de Babahoyo, en sus contenidos emiten entretenimiento que llame la atención al público, en gran parte humor con doble sentido incentivando el morbo, además de exposición de vida personal en algunos casos exagerando.

Así mismo, su entretenimiento exagerado, muchas veces superando la realidad e incluyendo ciencia ficción, también exponen sucesos de su vida personal para captar la atención del público.

Por consiguiente, afirma que los contenidos que emite Juank, han dado resultados porque han segmentado a la audiencia, conocen que es lo que consumen y cuáles son los temas que les interesan.

Por otro lado, enfatizó que depende si un contenido de algún influencer se debe de mantener o no, si es un contenido de entretenimiento que edifica a la audiencia sí pero si destruye o se burla de los demás, no. Es indispensable que existan contenidos que lleven a la reflexión, eduque e inspire a la gente.

Por último, indicó que deberían de crear contenidos que esté basado en la realidad, que promuevan los valores y concientice a las personas

8. Discusión de resultados

Con los resultados obtenidos y analizado los antecedentes investigativos del presente estudio de caso se evidencia que la mayoría de influencers de Babahoyo, en sus contenidos emiten entretenimiento que llame la atención al público, en gran parte humor con doble sentido incentivando el morbo, además de exposición de vida personal en algunos casos exagerando, su entretenimiento exagerado, muchas veces superando la realidad e incluyendo ciencia ficción, también exponen sucesos de su vida personal para captar la atención del público, coincidiendo con la investigación desarrollada por (Gómez-Nieto, 2018), con el título El influencer: instrumento ideal en el entorno virtual de la publicidad dudosa, indica que en los últimos tiempos, el influencer involucra la evolución, la versión mejorada del cacique de opinión involucrado al entorno virtual, valiéndose del gran poder que evidencian las redes sociales. Según el trabajo de cada año de Redes Sociales (IABSpain, 2016), un 85% de internautas manifiesta que sigue a los influencers en las redes sociales. El influencer es un individuo que goza de algo de confianza sobre un contenido en particular y que su persuasión e orientación en las redes sociales lo convierte en un prescriptor correcto de una publicidad en particular. El propósito de este estudio es indagar el nuevo contexto de la imagen del influencer como parte importante en la planificación e incursión Social Media de las estructuras virtuales, y en la construcción de la publicidad dudosa, puesto que las ideas inculcadas por el influencer en la mayoría de casos se encubren y se guardan información primordial para el seguidor. Entre las conclusiones más importantes se evidencia la justificación del uso del influencer por compañías de diversos lugares en su planificación de marketing virtual, la ilegalidad expresa en la publicidad digital, la labor frecuente de publicidad falsa utilizando la imagen de influencer.

Con relación a los contenidos que emite Juank, se considera que han dado resultado

porque han segmentado a la audiencia, conocen que es lo que consumen y cuáles son los temas que les interesan, hecho en el que coincide con (Atienza-Sancho, 2020), en su publicación ideas de los usuarios en relación a la presión que aplican en ellos los *influencers* para la adquisición de bienes o servicios, estudia a los *influencers* en la adquisición de bienes o servicios considerando las ideas de los usuarios, se evidencia que las características encontradas en los influencers se relacionan con las de un cacique de opinión tradicional..

En cuanto al contenido de entretenimiento que edifica a la audiencia sí pero si destruye o se burla de los demás, no. Es indispensable que existan contenidos que lleven a la reflexión, eduque e inspire a la gente, que también se pone de manifiesto coincidiendo en lo publicado por (Zozaya-Durazo, 2022), cuyo título es Estudio de la capacidad de infantes en España para identificar los temas comerciales sugeridos por influencers, indica que los infantes están en riesgo a diversos temas en su utilización del internet y el presente trabajo analiza particularmente aquellos generados por influencers en formas mixtas que mezclan variados propósitos, incluidos los de ventas, y que además forman parte de un objetivo más grande para ser identificados claramente. Desde la visión de la alfabetización comercial on line tal y como la manifiestan Roozendaal et al. (2011), los productos evidencian que todos los infantes seleccionan un espectro comercial entre marcas e influencers, a pesar de aquello, y particularmente los más pequeños, no tienen capacidad de diferenciar cuando se les presenta un material informativo pagado si este no está indicado como tal. Los adolescentes, por su parte, mostraron una situación analítica ante el marketing de persuasión a partir de la relación y apego del producto publicitado y el influencer, así como el camino o perfil del constructor de contenido.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

9. Conclusiones

La mayoría de influencers de Babahoyo, en sus contenidos emiten entretenimiento que llame la atención al público, en gran parte humor con doble sentido incentivando el morbo, además de exposición de vida personal en algunos casos exagerando, su entretenimiento exagerado, muchas veces superando la realidad e incluyendo ciencia ficción, también exponen sucesos de su vida personal para captar la atención del público.

Los contenidos que emite Juank, se considera que han dado resultado porque han segmentado a la audiencia, conocen que es lo que consumen y cuáles son los temas que les interesan.

Existe contenido de entretenimiento que edifica a la audiencia y destruye o se burla de los demás, generando ms situaciones negativas que positivas en la audiencia.

10. Recomendaciones

La mayoría de influencers de Babahoyo, en sus contenidos emiten entretenimiento que llame la atención al público, lo que debe ser superado y orientado a motivar a la audiencia a construir una sociedad más justa y equilibrada.

En cuanto a los contenidos que emite Juank y que han dado resultado, se debe realizar algo similar segmentando a la audiencia, conociendo lo que consumen los temas que les interesan, y presentarlos de forma positiva

De igual forma, considerando el grado de persuasión que tienen los influencer, es indispensable que existan contenidos que lleven a la reflexión, eduque e inspire a la gente a desarrollar actividades positivas en favor de la comunidad y sus semejantes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALDIA. (11 de 08 de 2021). *www.aldia.com.ec*. Obtenido de *www.aldia.com.ec*:
<https://www.aldia.com.ec/juank-el-joven-influencer-que-tiene-mas-de-120-tatuajes/>
- Atienza-Sancho, P. (19 de 09 de 2020). *www.scielo.org.mx*. Obtenido de *www.scielo.org.mx*:
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-252X2019000100119&script=sci_arttext&tIng=es
- Bedregal, P. (03 de 2018). *www.scielo.cl*. Obtenido de *www.scielo.cl*:
https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-98872017000300012#:~:text=El%20enfoque%20cualitativo%20permite%20conocer,de%20los%20servicios%20de%20salud.
- Castro-Flores, D. (08 de 09 de 2020). *www.xochicalco.edu.mx*. Obtenido de *www.xochicalco.edu.mx*:
<https://www.xochicalco.edu.mx/galeria/rhc/revistas/La-Huella-del-Coyote-47.pdf>
- Díaz-Bravo, L. (09 de 2017). *scielo.org.mx*. Obtenido de *scielo.org.mx*:
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009
- DRAE. (2020). *Concepto de entretenimiento*. Madrid: DRAE.
- EUSTAT. (22 de 08 de 2020). *www.eustat.eus*. Obtenido de *www.eustat.eus*:
https://www.eustat.eus/documentos/opt_1/tema_266/elem_9074/definicion.html#:~:text=Definici%C3%B3n%20Contenido%20web&text=Unidades%20de%20informaci%C3%B3n%20que%20abarcan,suelen%20tener%20un%20mantenimiento%20simult%C3%A1neo.

Fernández-Gómez, E. (2018). *“Influencers: qué son y su papel en las actuales estrategias de comunicación”*. . Madrid: Redmond.

Gómez-Nieto, B. (02 de 04 de 2018). *www.redalyc.org*. Obtenido de *www.redalyc.org*:
<https://www.redalyc.org/journal/4415/441556240010/html/>

Guevara-Alban, G. (09 de 2020). *recimundo.com*. Obtenido de *recimundo.com*:
<https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20descriptiva%20tiene%20como,y%20comparable%20con%20la%20de>

Ponce-Alvarado, C. (2018). *dspace.ups.edu.ec*. Obtenido de *dspace.ups.edu.ec*:
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/15535/1/UPS-GT002122.pdf>

Rodríguez-Jiménez, A. (06 de 2018). *www.scielo.org.co*. Obtenido de *www.scielo.org.co*:
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602017000100179

WORKANA. (22 de 11 de 2021). *i.workana.com*. Obtenido de *i.workana.com*:
<https://i.workana.com/glosario/contenido-web/>

Zozaya-Durazo, D. (23 de 09 de 2022). *www.scielo.org.pe*. Obtenido de *www.scielo.org.pe*:
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1684-09332022000200015&script=sci_arttext

ANEXOS

Anexo 1

Ficha 1

Influencer:	Juank Sykes
Nombre:	Juan Carlos Rodriguez Tello
Tipo de contenido:	Retos, entretenimiento, dinámicas, ciencia ficción, videos de reflexión, vida diaria.
Video:	https://www.facebook.com/lachinitanicol/videos/4811094362271067
Descripción del video	<p>El video trata sobre la pérdida del bebé de Juank, por una presunta actividad “paranormal”, donde se expone como un ente golpea a ambos, a la “China” su esposa y a Juank. la “China” es la más perjudicada debido a la fuerza con la que fue empujada contra la pared, inmediatamente comienza a presentar dolores y debe de ser trasladada al hospital por una aparente amenaza de aborto, lo que pone en alerta a Juank y decide acompañarla.</p> <p>En la grabación se deja en evidencia que el evento paranormal, quizá fue ocasionado por el tatuaje que Juank tiene en su espalda, además, que no era la primera vez que la “China” vivía este tipo de situaciones junto a Juank.</p> <p>Todo lo sucedido, golpes, eventos paranormales es expuesto en el video.</p>

Anexo 2

Ficha 2

Influencer:	Juank Sykes
Nombre:	Juan Carlos Rodriguez Tello
Tipo de contenido:	Retos, entretenimiento, dinámicas, ciencia ficción, videos de reflexión, vida diaria.
Video:	https://fb.watch/jjAyPhUH19/?mibextid=5Ufylb
Descripción del video	<p>Luego de la salida de emergencia de la “China”, Juank confirma el deceso de su bebé producto al fuerte impacto que sufrió la “China”, esto provocó un aborto. En el video, muestran y comentan lo acontecido, relatando los días difíciles que vivieron por la pérdida de su bebé, y cómo se fortalecen para seguir adelante.</p> <p>Explican, que lo sucedido con el “ente” fue provocado por el tatuaje que tiene Juank en su espalda, de manera que pide disculpas a la “China” y al público.</p>

Anexo 3

Ficha 3

Influencer:	Juank Sykes
Nombre:	Juan Carlos Rodriguez Tello
Tipo de contenido:	Retos, entretenimiento, dinámicas, ciencia ficción, videos de reflexión, vida diaria.
Video:	https://fb.watch/jjBmbENa1b/?mibextid=5Ufylv
Descripción del video	<p>Relatan su día a día, y exponen los problemas que atraviesan como pareja, sus conflictos amorosos y como lidian con las diferencias que se presentan.</p> <p>En el video, exhiben como Juanka, trata de reconquistar y arreglar la relación con la “China”, llevando flores a su casa y disculpándose por culparla de infiel, mientras que la “China” se muestra reacia a aceptarlo por haberle ridiculizado delante del público en videos anteriores, recalcando que ella toleró malos comentarios por parte de la gente y que debe de valorarse como mujer, porque también tiene dignidad.</p>

Anexo 4

Cuestionario para las entrevistas

¿Existen influencer de Babahoyo que han sido reconocidos a nivel nacional o internacional?

Si existen influencer en Babahoyo y hay algunos, entre ellos Juank Sykes y Nicol La China, ellos mediante su contenido han logrado posicionarse en las redes sociales y a su vez, internacionalizarse. Sus últimos videos, han logrado impactar a la audiencia nacional e internacional.

¿Qué contenidos de entretenimiento utilizan los influencers de Babahoyo?

La mayoría de influencers de Babahoyo, en sus contenidos emiten entretenimiento que llame la atención al público, en gran parte humor con doble sentido incentivando el morbo, además de exposición de vida personal en algunos casos exagerando.

¿Qué contenidos de entretenimiento utiliza el influencer Juanka de Babahoyo?

Entretenimiento exagerado, muchas veces superando la realidad e incluyendo ciencia ficción, también exponiendo sucesos de su vida personal para captar la atención del público.

¿Porque cree que los contenidos de entretenimiento que utiliza el influencer Juanka de Babahoyo han dado sus resultados?

Porque han segmentado a la audiencia, conocen que es lo que consumen y cuáles son los temas que les interesan

¿Considera usted que los contenidos de entretenimiento que utilizan los influencers se debe mantener?

Depende, si es un contenido de entretenimiento que edifica a la audiencia sí pero si destruye o se burla de los demás, no. Es indispensable que existan contenidos que lleven a la reflexión, eduque e inspire a la gente.

¿Qué cambios o mejoras considera usted que deben realizar los influencers en sus contenidos de entretenimiento?

Crear contenidos que esté basado en la realidad, que promuevan los valores y concientice a las personas