



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS
SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

“Elementos lingüísticos y paralingüísticos del contenido digital para la plataforma de YouTube de la influencer ecuatoriana Nancy Risol”

Trabajo de Investigación, previo a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social

Autor/a:

Thalía Celena Ortiz Barreno

Tutor:

Lic. Ms C. Johana Maribel Balseca Mera

Ambato-Ecuador

2020

CERFIFICACIÓN DEL TUTOR

CERTIFICO:

Que la señorita **THALÍA CELENA ORTIZ BARRENO**, portadora de la CC. 171848408-0 habilitado para obtener el Título de Tercer Nivel; ha concluido su Trabajo de Titulación, Modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: sobre el Tema: **“ELEMENTOS LINGÜÍSTICOS Y PARALINGÜÍSTICOS DEL CONTENIDO DIGITAL PARA LA PLATAFORMA DE YOUTUBE DE LA INFLUENCER ECUATORIANA NANCY RISOL”**, previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social; por lo que en calidad de Tutor de Trabajo de Titulación, certifico de la autenticidad del mencionado Trabajo, **y de haberle orientado durante todo el proceso.**

Ambato, 17 de diciembre del 2019



Lic. Johana Balseca

Tutor del Trabajo de Titulación

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación: **“ELEMENTOS LINGÜÍSTICOS Y PARALINGÜÍSTICOS DEL CONTENIDO DIGITAL PARA LA PLATAFORMA DE YOUTUBE DE LA INFLUENCER ECUATORIANA NANCY RISOL”**, como también contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de responsabilidad del autor

Ambato, 17 de diciembre del 2019



Thalfa Celena Ortiz Barreno

CC: 1718484080

AUTORA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado APRUEBEN el Trabajo de Investigación sobre el tema: “ELEMENTOS LINGÜÍSTICOS Y PARALINGÜÍSTICOS DEL CONTENIDO DIGITAL PARA LA PLATAFORMA DE YOUTUBE DE LA INFLUENCER ECUATORIANA NANCY RISOL”, presentado por la señorita Thalía Celena Ortiz Barreno, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, del 20....

Para constancia firma:

Presidente

Miembro

Miembro

DEDICATORIA

A mi amada familia,

Por enseñarme lo difícil que puede llegar a ser la vida si no se sabe elegir bien el camino.

Mamá, gracias por tu amor, tu comprensión, tu compañía y palabras de aliento, eres la vida entera que no quiero perder nunca, eres el motor de mi corazón y estarás siempre allí.

Papá, mi primer amor, gracias porque nunca me faltó nada, siempre lo tuve todo y gracias también por enseñarme los valores de la vida, ahora sé que soy una mujer de principios.

Nicole y Doménica, pequeñas de mi vida ojalá no crecieran, pero sé que mi vida la tomaran de ejemplo para no cometer los mismos errores, sé que llegaron lejos incluso más que yo y es allí donde las quiero ver, siempre alto, siempre felices, siempre llenas de amor.

Xavi, gracias por acompañarme en momentos que la paciencia no fue mi mejor arma, sé que Dios y la vida te sabrán compensar cada uno de tus buenos detalles hacia mi persona, por los consejos y las noches de ayuda, eres importante para mí.

Mamita lita y Papito Holguer, mis viejitos gracias por abrirme las puertas de su hogar, brindarme un plato de comida y el calor de familia que necesitaba cuando mis papitos no estaban, su amor me dio fortaleza para seguir y no tengo como pagar el amor que recibí.

Lidia, Juan y Rosy, estuvieron pendiente de mí, de mis pasos y del futuro que quería tener, gracias por el granito de arena que me regalaron.

Este logro es también su logro, porque estuvieron y se quedaron a pesar de todo, me apoyaron hasta en la más loca idea, llegaré donde Dios me permita llegar, sé que si los tengo a ustedes la felicidad de mi vida está completa, gracias, **los amo.!**

AGRADECIMIENTO

El más grande pero humilde agradecimiento es para Dios que me permitió vivir cada una de mis etapas, para la Virgen de la Paz que no me abandona en ningún momento, a mis Padres por el inmenso apoyo que me supieron brindar, a mis hermanas por cada locura, cada sonrisa y cada lagrima, a mi mejor amigo y compañero de viaje por no rendirse en lo ajetreada que fue mi vida universitaria y siempre brindarme su apoyo, gracias infinitas por no dejarme sola y acompañarme en mis logros y caídas, sé que cada una de ellas sirvieron para enfrentarme a la vida pero sobre todo para saber que la humildad es el legado más difícil de cargar.

A mi tutora Ms. C. Johana Balseca por el apoyo incondicional que me brindo desde el momento en que la conocí, por los consejos y las charlas de verdadera amiga, si en la sociedad existieran más seres como usted, el mundo sería un mejor lugar para vivir.

A mis amigos del alma Michel, Raquel, Karina, Joao y Ángel, que bella y divertida se me hizo cada carcajada que viví a su lado, los momentos de pelea me sirvieron para entender que los amigos son los hermanos que Dios envía para no derrumbarnos en esta vida.

A los docentes de mi carrera que cada semestre me brindó consejos sinceros y de corazón para que mi mentalidad y capacidad humana cambiaran para bien, gracias por guiar el camino de muchos jóvenes y en especial el mío.

Querida familia, abuelos, tíos y primos, gracias por regalarme una sonrisa y consejo sincero para que no cayera, por apoyarme siempre, a mis ángeles en el cielo, el cariño y aprecio que me brindaron desde pequeña siempre lo recordaré.

Dios les pague y les multiplique bendiciones en cada una de sus vidas.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Contenido	
PORTADA	i
CERFIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
RESUMEN EJECUTIVO	x
ABSTRACT	xi
CAPITULO I	1
MARCO TEÓRICO	1
1.1 Tema de investigación	1
1.2 Antecedentes Investigativos	1
INTERNET	2
WEB 2.0	5
PLATAFORMAS DIGITALES	8
YOUTUBE	12
INFLUENCER O FIGURA PÚBLICA	18
CULTURA ECUATORIANA	20
COMUNICACIÓN VERBAL/NO VERBAL	23
FUNDAMENTACIÓN FILOSOFICA	25
FUNDAMENTACIÓN AXIOLÓGICA	26
FUNDAMENTACIÓN SOCIOLÓGICA	26
FUNDAMENTACIÓN LEGAL	26
1.3 OBJETIVOS	29
1.3.1 Objetivo general	29
1.3.2 Objetivos específicos	29
CAPITULO II	31
METODOLOGÍA	31
2.1 Materiales	31
2.2 Métodos	32
Investigación de campo	32
Investigación bibliográfica y documental	32

Tipo de investigación	32
Metodología	33
Matriz de análisis	33
CAPÍTULO IV	173
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	173
BIBLIOGRAFÍA	176
ANEXOS	181

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Matriz para análisis de videos.....	33
Tabla N° 2 Canal de YouTube/Nancy Risol, video dos.	38
Tabla N° 3 Canal de YouTube/Nancy Risol, video dos.	47
Tabla N° 4 Canal de YouTube/Nancy Risol, video tres.....	56
Tabla N° 5 Canal de YouTube/Nancy Risol, video cuatro.	65
Tabla N° 6 Canal de YouTube/Nancy Risol, video cinco.	75
Tabla N° 7 Canal de YouTube/Nancy Risol, video seis.	84
Tabla N° 8 Canal de YouTube/Nancy Risol, video siete.....	93
Tabla N° 9 Canal de YouTube/Nancy Risol, video ocho.	103
Tabla N° 10 Canal de YouTube/Nancy Risol, video ocho.	112
Tabla N° 11 Canal de YouTube/Nancy Risol, video diez	121
Tabla N° 12 Canal de YouTube/Nancy Risol, video once.	131
Tabla N° 13 Canal de YouTube/Nancy Risol, video doce	141
Tabla N° 14 Canal de YouTube/Nancy Risol, video trece.....	150
Tabla N° 15 Canal de YouTube/Nancy Risol, video catorce.....	159
Tabla N° 16 INTERPRETACIÓN GENERAL.....	169

RESUMEN EJECUTIVO

En la presente investigación se pretende identificar cada uno de los elementos lingüísticos y paralingüísticos utilizados por la influencer ecuatoriana Nancy Risol, en el contenido de su plataforma de YouTube, además identificar la relación entre el sentido social que se percibe de la plurinacionalidad que ella ofrece hacia el público, tomando en cuenta su cultura y cada una de las tradiciones que aplica para cada video con respecto a su presentación e influencia brinda a la comunidad.

Ante el inalcanzable avance tecnológico al que se expone el mundo, es trivial y complejo reconocer las cualidades de cada ser humano ante un exponente mundial como lo es YouTube; Cada uno de los elementos que conforman el llamado mensaje hacia suscriptores, comunidad y público consumidor de plataformas, son los que esta investigación resaltará, así como las perspectivas que ofrece la influencer, quien protagoniza un masivo creciente en varias redes sociales. Por tanto, este trabajo de investigación cuenta con cuatro capítulos que se agrupan de la siguiente manera:

Capítulo I: cuenta con el tema de investigación, cada uno de los antecedentes investigativos que complementa la contextualización y la fundamentación.

Capítulo II: engloba la metodología de trabajo, los materiales y los métodos aplicados para cumplir los objetivos.

Capítulo III: se describe el análisis e interpretación de los datos que se almacenaron en el capítulo anterior, con los que se puede verificar la hipótesis.

Capítulos IV: por último, se desarrollan las recomendaciones y conclusiones más relevantes en la investigación.

Palabras clave: Plataformas digitales, YouTube, Influencer, Web, Figura Pública

ABSTRACT

In this investigation is tried to identify each one of the linguistic and paralinguistic elements used by the Ecuadorian influencer Nancy Risol, in the content of her YouTube platform. In addition, identifying the relationship between the social sense that is perceived of the plurinationality that offers towards the public, taking into account its culture and each of the traditions that applies to each video with respect to its presentation and influence it provides to the community.

Faced the unattainable technological advance to which the world is exposed, it is trivial and complex to recognize the qualities of each human being before a world exponent such as YouTube. Each of the elements that make up the called message towards subscribers, community and public consumers of platforms, are the ones that this research will highlight, as well as the perspectives offered by the influencer who stars in a growing mass in several social networks.

Therefore, this research work has four chapters that are grouped as follows:

Chapter I: It has the subject of investigation, each of the investigative antecedents that complements the contextualization and the foundation.

Chapter II: Encompasses the work methodology, the materials and methods applied to accomplish the objectives.

Chapter III: It is described the analysis and interpretation of the data that were stored in the previous chapter, with which the hypothesis can be verified.

Chapters IV: Finally, the most relevant recommendations and conclusions in the investigation are developed.

Key words: **Digital Platform, YouTube, Influencer, Web, Public figure**

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Tema de investigación

“Elementos lingüísticos y paralingüísticos del contenido digital para la plataforma de YouTube de la influencer ecuatoriana Nancy Risol”

1.2 Antecedentes Investigativos

La presente investigación maneja como fuente de consulta diversas investigaciones que se relacionan indirectamente con el tema en desarrollo, entre estas se puede destacar; el trabajo de investigación previo a la obtención del título de Licenciada en Periodismo de Jessica León (2018) sobre “SER YOUTUBER EN ECUADOR: ALCANCES SOCIALES Y ECONÓMICOS”, en el que se evidencia los alcances sociales y económicos que percibe el youtuber ecuatoriano, además de identificar los principales problemas que obtiene en relación a otros países, especificando que en Ecuador aún no se determina como un negocio. También se tomó en cuenta la investigación de Joel Alvarado (2018), sobre la “INFLUENCIA DE LOS YOUTUBERS ECUATORIANOS EN LA CONDUCTA SOCIAL DE LOS AOLESCENTES DE 15 A 17 AÑOS DEL COLEGIO HARVARD DE LA ALBORADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL” en donde se concluyó con la afirmación de que el internet es una herramienta de trabajo y que los avances tecnológicos permiten el fácil acceso a plataformas cibernéticas como YouTube, mismo que permite visualizar el universo de personas que crean videos de entretenimiento e información con

creatividad aunque no todos llevan contenido realmente beneficioso; por otro lado, el proyecto de la comunicadora Josefa Paredes (2017), con mención en comunicación organizacional refiere que en “COMUNICACIÓN Y CULTURA VIRTUAL, CONTRUCCIÓN DE SUJETOS EN YOUTUBE: HOLASOYGERMAN Y YUYA”, se centra en el proceso de construcción de sujetos en la web con YouTube, en el que es posible indagar, analizar, percibir y describir los elementos expuestos por youtubers. Y también el artículo científico de Diana Rivera, Andrea Velásquez y Ana María B-Fladoli (2019) “YOTUBERS DE ECUADOR Y COLOMBIA Y SU APORTE A LA EDUCACIÓN”, llegando a la conclusión de que, en estos países, los youtubers crean contenido de entretenimiento por lo que difícilmente se podría hablar de un aprendizaje, sin embargo, es considerado un fenómeno quien lo haga de diferente manera y logre llegar a más audiencia.

Además, se recurrió a estudios nacionales e internacionales de diferentes autores acerca de temas diversos vinculados a las plataformas digitales, figuras públicas, YouTube y su vinculación con el Ecuador, con la intención de recolectar datos informativos que permitan el desarrollo del tema antes planteado, por lo que resulta indispensable partir de conocimientos básicos, cultura e interculturalidad que se puede encontrar en la influencer Nancy Risol. Para comprender el desarrollo y crecimiento del tema es necesario establecer significados de entre diferentes autores y así construir un razonamiento lógico del empleo de plataformas digitales para el reconocimiento social y más aún el empleo que uso Ecuador y Nancy Risol como la primera youtuber indígena.

INTERNET

Los inicios del internet datan de lugares y fechas mucho más antiguas incluso un universo de décadas atrás, sin embargo, lo importante es aclarar y entender el uso de internet en América Latina y aún más en Ecuador.

“Es en el año de 1983 que normalmente se marca como el año que <<nació Internet>>. Fue entonces cuando el Departamento de Defensa de los Estados Unidos decidió usar el protocolo TCP/IP en su red Arpanet creando así la red Arpanet Internet” (Bahillo, L., 2019).

Al enmarcar un inicio se establece las ventajas que se puede obtener de ello, la implementación de sistemas e incluso de modos de comunicación que a lo largo de los años se ve altamente desarrollada. A finales de la década de 1980 y comienzos de la década de 1990, las principales universidades de México realizaron considerables inversiones para poder establecer los primeros enlaces dedicados a la red de la National Science Foundation (NSFNET)- hoy internet. (Islas, 2011). Fue en ese entonces que varios países y ciudades surgieron con la implementación de tecnologías e internet por lo que los avances en la sociedad empezaron a dar frutos, para que hoy en la actualidad incluso se lo pueda llamar trabajo o negocio en diferentes instancias.

De tal manera que Castells, (2003) M. en la revista Polis de la Universidad Bolivariana fundamenta que el internet:

Como toda tecnología, internet es una creación cultural: refleja los principios y valores de sus inventores, que también fueron sus primeros usuarios y experimentados. Es más, al ser una tecnología de comunicación interactiva con fuerte capacidad de retroacción, los usos de internet se plasman en el desarrollo como red y en el tipo de aplicaciones tecnológicas que van surgiendo (pág. 02).

Incluso se podría catalogar como redes mundiales de computadoras con grandes cantidades de información que se pueden compartir y revisar por medio de algo más que una comunicación física con el propietario. Es decir, que el internet está formando parte

de la comunicación de masas, por lo que es sustentable identificarlo como la unión del software y el hardware que permiten a la sociedad investigar y enriquecerse de información de todo el mundo.

Si bien es cierto, el internet es una red conectada que permite la comunicación global en distintos temas de referencia, también existen los colectivos que a su vez permiten otro tipo de relación, que puede incluir un efecto y causa en quienes participan como emisor y receptor de dicha comunicación.

Duart, J. (2006) manifiesta que: El internet es una tecnología para la información y la comunicación, utilizamos la red para buscar la información que necesitamos, y para comunicarnos con los más allegados y con aquellos que ni tan solo conocemos y que viven lejos de nuestro pueblo o ciudad (pág. 02).

Incluso el internet funciona como buscador de entretenimiento para personas de diferentes edades, que buscan incrementar la información en los temas de interés para las masas, por otro lado, el crecimiento tecnológico y del internet permite incluir de diversas maneras a la sociedad una figura pública. Según Colas, B., (2003): “La percusión de Internet en las actividades y funciones profesionales puede observarse desde dos ángulos: instrumental, es decir, como instrumento que facilita determinadas prácticas profesionales y culturales como medio que propicia la transformación de la cultura profesional” (pág. 32)

Para el continente americano, el libro “los derechos de la infancia en la era de internet: América Latina y nuevas tecnologías” manifiesta su criterio sobre las tecnologías en jóvenes y como estos acuden en ellos:

El primero alude a la exclusividad y la simultaneidad de actividades: una de las características de internet es su versatilidad; es decir que, según el

dispositivo del cual se acceda permite hacer varias actividades a la vez puesto que internet no requiere de dedicación exclusiva (...) puesto que puede utilizarse en solitario o colectivamente y con distintos niveles de interactividad, donde los usuarios pueden crear contenido (Pavez, 2014, p.19).

Es cotidiano comunicarse, por lo que se requiere de diferentes formas para transmitir un mensaje, que permita alcanzar a jóvenes y sociedad en sí a contenidos positivos y negativos y que pueden manipular el razonamiento y comportamiento, tomando en cuenta que con mayor rapidez lo cumplen los videos en diferentes plataformas digitales de la web 2.0

WEB 2.0

Lo mencionado como web 2.0 da la posibilidad de ofrecer cierta cantidad de enlaces que permitan el acceso a la información y estos se realicen de forma sintetizada con el único objetivo de adquirir conocimientos. Tomando en cuenta la propuesta de Burgess et al (2011) mencionado por (2019), de clasificar la web por el nivel de interactividad que ofrecen al usuario, encontraríamos tres tipos de ellas:

- La denominada web 1.0. se trata de una página con contenidos estáticos y con la única posibilidad de actualización por parte de los gestores del sitio. Representa el origen de esta tecnología, y aunque se encuentre en desuso, en algunos servicios se sigue empleando.
- Web 2.0 se trata de aquellas Web que permiten la interactividad y participación con el usuario, colocándole en el centro del escenario y facilitándole la posibilidad de crear contenidos.

- Web 3.0. se tratan de las nuevas tecnologías, actualmente en desarrollo. Se trataría de webs inteligentes que van más allá de la mera interacción con el usuario.

Si comparamos los medios tradicionales como las enciclopedias y las bibliotecas físicas, la web 2.0 extiende la descentralización de todos los datos informativos por lo que varias personas han optado por el uso de weblogs en el que se establece una interacción diaria entre emisor y receptor.

Según Kaplan y Heanlein (2010) mencionados en (2019), definieron todos los servicios como las aplicaciones basadas en internet y construidas en un entorno web 2.0, dichas aplicaciones podrían englobarse en cinco grandes grupos siguiendo la clasificación que ellos mismos elaboraron:

- Proyectos colaborativos: se trata de un servicio que permite la creación de contenidos de forma conjunta y simultánea por parte de muchos usuarios.
- Blogs: se trata de un sitio Web personal que se actualiza con asiduidad, y en el que se publican comentarios y se proporciona acceso a enlaces con otros artículos o sitios Web con periodicidad.
- Comunidades de contenidos: se trata de sitios Web cuyo objetivo es la compartición de contenidos entre usuarios. Como principales ejemplos, la comunidad de Flickr en la que los usuarios comparten sus fotos o la reina de los videos, YouTube.
- Redes sociales: definida como una red de identidades online a través de las cuales las personas pueden conectarse, comunicarse y seguirse la pista unas a otras.
- Mundos o juegos virtuales: se trata de plataformas que reproducen un entorno tridimensional en el que los usuarios pueden aparecer en la forma de avatares personalizados e interactuar unos con otros como lo harían en la vida real.

En su totalidad las herramientas antes mencionadas pueden permitir a los usuarios que se desarrollen con constancia las relaciones con la sociedad y de diferente manera, a esto se podría agregar que en la actualidad, en su mayoría permiten generar ganancias económicas, por otro lado se contrasta con lo que Flavián y Guinalfú (2005) dicen acerca de los cambios profundos que motivan el cambio de comportamiento de los usuarios para la forma en la que miembros buscan, encuentran, leen y consumen información de su interés.

Son grandes saltos que atrae la sociedad periódicamente, en lo que corresponde se puede reforzar con la ideología de Punín, M. I., Martínez, A. Rencoret, N. (2014) De la Web 1.0, donde no existía interacción ni multimedia en las plataformas de internet, pasamos a la Web 2.0 que permitió interactividad entre el medio y el receptor. Para la CEPAL (2015) son varios los grupos que representan a grandes franquicias de la reproducción tales como: “Televisa en México, Globo en el Brasil, el Grupo Clarín en la Argentina y El Mercurio en Chile, predominan los sitios de Google, liberados por YouTube, que es el tercer sitio más visitado después de Google y Facebook”.

Lo más importante que estas plataformas manejan es la interacción que mantienen con el usuario o receptor de la información que difunden, incluso la información que se hace visual y produce un mayor impacto; sustentando así la denominación que tiene Bergillos, I. (2015) “la web 2.0 y sus características interactivas han abierto la puerta al usuario como agente central en los discursos sobre los textos audiovisuales”. Ahora bien, los llamados textos visuales que se emplea en diferentes plataformas para sustentar una información se necesita algo más que el internet por lo que Ardila, M. (2011) menciona que: “Para la ‘virtualización’ es un proceso y resultado del tratamiento y la comunicación mediante computadora de datos, informaciones y conocimientos, (...) específicamente, esta

consiste en representar electrónicamente y en forma numérica digital, objetos y procesos que se encuentran en el mundo real. (pág. 192)

En las tecnologías más actualizadas se ven las responsabilidades que el internet puso en las diferentes páginas web, ya que el acceso a este puede ser libre en cierto países y regiones, y concuerda con el pensamiento de García-Galera y Valdivia (2014), “Este tsunami digital ha producido necesariamente, cambios en muy diferentes niveles de nuestra existencia, como ha ocurrido con la propia denominación de los medios de comunicación”.

PLATAFORMAS DIGITALES

“Las plataformas se han convertido en un fenómeno que ha suscitado interés desde múltiples ángulos y diversas disciplinas” (ADEI, O. 2018 p. 2). Generando en medio de la sociedad el uso de estos medios para la comunicación interna y externa, rompiendo así barreras para el paso de la información.

El desarrollo de herramientas Web 2.0 generó una segunda revolución en este entorno, donde solamente se podían comunicar de forma unilateral las marcas, surge un espacio bidireccional que permite a sus públicos opinar y comunicarse con ellas: fórums, blogs, YouTube, redes sociales, son solo un ejemplo de este nuevo territorio a conquistar para las marcas (García, I., 2019)

De esta manera, el mundo se enfrenta a la innovación comunicacional, permitiendo expandir los conocimientos básicos. Por otra parte, para Medina, W., (2013) se conoce que: “E desarrollo del internet, ajustado a las plataformas que en este existen, se debe tomar en cuenta los principios que enfrenta una plataforma. Para que un software se considere plataforma se debe caracterizar por una gran flexibilidad y capacidad de adaptarse al cambio y a las necesidades y posibilidades de cada organización (...) la plataforma permite transferir los materiales elaborados para una página web”.

Para Casanova, J., Marín, V. y Aguaded, J. (2010): “las plataformas digitales son entendidos como entornos virtuales de enseñanza y aprendizaje”. Tornando, así como una posible marca u objeto de enseñanza para muchas personas, se puede sustentar en temas informativos e incluso académicos, encontrando en esta más de mil respuestas a una búsqueda.

Pérez, J. (2002): La elaboración de contenidos didácticos orientados a las nuevas tecnologías es una tarea ingente que abrirá las puertas a la divulgación y creación de nuevos escenarios (...) bajo formas de mayor innovación que las que actualmente conocemos, que muchas de las veces se delimitan al simple “pinchar” de botones o “clicks” de ratón.

Como bien lo menciona Pérez, J. (2002) son efectivos los elementos didácticos con los que se puede impartir aprendizajes, estos acompañados de los textos visuales antes mencionados, construyen una comunidad de aprendizaje que diferentes autores anónimos en temas concretos que sean de interés público y se encuentren al alcance de quienes dispongan una conexión a internet.

El Observatorio para el Análisis al Desarrollo Económico de Internet (ADEI) (2018) plantea también que: “las plataformas son entidades que actúan como agentes intermediarios en mercados bilaterales o de válidos lados, permitiendo que múltiples demandantes y oferentes se pongan en contacto entre sí” (pág. 6). Esto incluso podría generar una manera de desarrollo económico que podrían optar las entidades y personas que brindan datos de un tema en específico y que también tengan una respuesta los creadores de esto.

De manera transparente es como las nuevas tecnologías se muestran ante la sociedad, las actividades diarias de una persona e incluso de una persona que permitan a los colectivos identificarse, utilizando así mismo, la plataforma para expresar su respuesta y que a su vez pueda tener concordancia para un próximo lanzamiento con lo que un público espera.

Sobretudo existe de la misma manera diferentes plataformas que permiten compartir vivencias, con contenido visual, así también, Laudano C., Corda M., Planas, J. Kessler, M.I (2016) identifica que: “Las redes sociales más empleadas son Facebook, blogs, Delicious, YouTube y Twitter, para la promoción de servicios bibliotecarios, la gestión del conocimiento organizacional y la recepción instantánea de comunicaciones con los usuarios”.

Quienes se pueden identificar como los posibles usuarios de las redes que permitan el paso de videos y contenido de audio, son precisamente quienes necesitan extender su léxico e información de detallado tema sin importa si es un aprendizaje formal o informal el que recibirá, incluso Pereira, S. (2019) sustenta que:

Son los adultos, y los valores culturales y sociales globales, quienes definen las finalidades de la educación formal (...) por ello, para dar respuesta a las muchas constantes solicitudes del universo digital, los jóvenes desarrollan, por si mismos y en grupos afines, estrategias de aprendizaje. (pág. 42)

Se necesitan referentes claves para un mejor desarrollo, entre estas pueden ser la escuela, centros académicos e incluso bibliotecas, que generen el uso de diferentes plataformas. Además, el mundo en el que se habita, no necesita de obligaciones para conocer las diferentes páginas de información en la web, basta un solo click para que el mundo se abra en ordenador.

Como lo demuestra Larraña, J. (2009) en su investigación,

“Los sitios básicos de información, web de empresa o base de datos, pasan por las subastas o los buscadores hasta llegar a las más participativas comunidades virtuales, blogs, wikis, comunidades de video online, la web 2.0 (ya en camino la versión 3) e incluso sitios spam. (pág. 111)

Es fácil entender cuál es la razón primordial del uso de muchas páginas y sitios web, una de estas es la brevedad con la que se difunde la información y también en la que se interactúa de manera rápida y sencilla, así como lo expresa Oña, J., Alvarado, R. (2016) Una de las razones por las que las personas utilizan las redes sociales es por la información que se puede percibir en ellas, (...) en un tiempo inmediato por lo que los interesados pueden informarse de manera más rápida. Demostrando que las puertas de la web están abiertas en cualquier hora del día.

De cualquier manera, inteligente y adecuada que se use el internet puede llegar a ser un aliado en el desarrollo de las personas que lo usan. Según López, R., y Escalera, L., (2002): “Un Ambiente Virtual de Aprendizaje es el conjunto de entornos de interacción, sincrónica y asincrónica, donde, con base en programa curricular, se lleva a cabo el proceso enseñanza-aprendizaje, a través de un sistema de administración de aprendizaje”.

En la encuesta realizada por (Pereira, S 2019) confirmaron que: “los más jóvenes forman parte de una generación conectada (...), son los tres dispositivos más usados con los móviles en primer lugar, el ordenador y por último el televisor”. Son ellos mismos quienes utilizan con fluidez el ratón de su ordenador, manipulan e incluso envían datos informativos a cierto entorno social entre estos datos que utilizan, García F. Portillo, J. Romo, K., Benito M. (2015) reconoce los siguientes: “reproductores de audio y video digitales a diario; toman fotos digitales que manipulan y envían; y usan, además, sus ordenadores para crear videos, presentaciones, multimedia, música, blogs, etc.”. Siendo también llamados Millenials, como lo establece Barrio, J. (2017), “por ser el público más

tendente a utilizar internet y, por ende, los medios sociales, son los más proclives tanto a formarse una opinión acerca de las características de un producto”.

YOUTUBE

En la actualidad, el rol que tiene la tecnología abarca gran parte de la sociedad quienes lo consumen, es así como las plataformas principales hacen un hito en el diario vivir, este se compone en una comunicación entre figuras públicas reconocidas a nivel mundial y el fan club que hace uso de esta sistema, así también entre las principales redes de entretenimiento tenemos: YouTube, Vimeo, Instagram, Vine, Pinterest... son un buen ejemplo del nuevo catálogo de canales audiovisuales a disposición de ciudadanos o entidades interesadas en incluirlas en su estrategia de Comunicación Externa. (Costa, C., 2014), que quiere incluir de manera global a sus usuarios, dándole herramientas necesarias para una exitosa navegación.

Mencionado por (Gonzales, P. 2018) en su investigación que: “El 09 de octubre de 2006 se hizo público que Google había adquirido YouTube por 1.650 millones de dólares en acciones. En el momento de la compra, YouTube contaba con 72 millones de visitantes al mes y se subían 65.000 videos diariamente. (Antolín Prieto, 2012:37-38)

YouTube forma parte de un ecosistema digital integrado también por Instagram, Snapchat, Facebook, Twitter y Musical.ly, redes sociales muy utilizadas por adolescentes y conectadas con los suscriptores de YouTube (Westenberg, 2016), en do de se permite la interacción no solo con el creador sino más bien con la comunidad que también lo usa.

Para Mata y Quesada (2014) está muy claro cuál es la función y objetivo de YouTube; “Estos sitios se caracterizan por su capacidad de crear y compartir información directamente por los usuarios en forma de texto, fotografías, sonidos, videos y música y de hacer posible la comunicación e interacción entre sus usuarios”. En términos directos, es una plataforma para la reproducción audiovisual de cualquier tipo de información.

En cuanto a la historia el mejor relato para aclarar lo tiene Lavado, A. (2010) en donde dice:

Fue en febrero de 2005 cuando tres amigos, Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, antiguos empleados de PayPal, concibieron la idea de crear una web donde compartir videos realizados por los propios internautas. De esta manera nació YouTube, que permite, a quienes se registren, subir videos a la red de forma gratuita y que estos puedan ser vistos por millones de usuarios que acceden a Internet cada día. (pág. 76)

El tsunami digital que produce cambios en la existencia e incluso la denominan medio de comunicación, que catalogan García-Galera y Valdivia (2014), muestra los diferentes niveles de existencia que tienen la sociedad, y de donde puede este acompañar su aprendizaje académico o social dentro de una plataforma que muestra de manera creativa el uso de la información.

Menciona Granda, J., Viteri, W. (2018) que: “según la Corporación Web YouTube, el objetivo de éste medio de información es crear comunicación más expresiva, atractiva, flexible y lúdica”. En la que se obtienen varios elementos de lo verbal y este se convierten en algo dinámico, que nace y se modifica de acuerdo a la identidad de quien los crea.

El boom de la actualidad engloba a todo internet, debido a que el internauta escoge a elección propia cuales son los temas de interés que pretende abordar por fuera de la programación diaria que le ofrecen otros medios de comunicación, como concuerda Cano, R., Aguaded I., García F.J,)2019) en que: “El aprendizaje de la utilización de YouTube contribuye a la democratización del conocimiento y posibilita la selección de contenidos formativos e informativos alejados de la televisión”. (pág. 232)

En todo el mundo existen cientos de canales que de una u otra manera interactúan y brindan información a la colectividad, así como lo son viajes, multi-destinos, culturas, arquitecturas y algo más fácil el entretenimiento basado en restos, bromas y vida diaria de quien se expone como creador. En el caso de Ecuador este presta de la misma manera canales de YouTube que afrontan distintas maneras de aprendizaje.

Sádaba y Rendueles, (2016) afirman que: “YouTube se convirtió en una de las redes sociales más importantes del mundo: registra a diario más de un billón de reproducciones, y más de tres mil horas de video son publicados por minuto”. Con grandes ingresos visuales a diario YouTube corrobora que las personas invierten su tiempo en otro tipo de aprendizaje y también en la creación de contenido, así ofreciendo información, encontrando distintas maneras socializar, así como Molyneaux, H., O’Donnell, S., Gibbson, K. y Singer, J. (2008) encuentra que: “los blogs de video que son reconocidos dentro de YouTube como vlogs que no son creaciones textuales sino más bien audiovisuales”.

Incluso utilizar la composición que requieren los videos, pueden llegar a tener algo complejo e incluso si se desea un breve análisis por parte del visualizador o receptor del mensaje que se intenta dar, porque como interpreta Valderrama M., Velasco, P. (2018) “YouTube se ha posicionado como el mayor distribuidor de videos en línea del mundo”, por ende instruye a sus creadores de contenido a ser más directos y enfocarse en el mundo

que se desarrollan, y también se presentan según Lavado, A. (2010), una cantidad desmesura de contenidos donde algunos destacan por su difusión en televisión y en otras redes sociales, mientras otros pasan por desapercibido.

Pérez, J. (2012) Al igual que otros medios digitales, YouTube se presenta como un canal de video en continua actualización que invita a la participación activa en él, ya sea compartiendo material creado por el propio usuario, puntuando, comentando o integrando sus contenidos dentro de otras aplicaciones, como blogs o redes sociales.

La interfaz que compone a YouTube permite que la línea de Google incluso se conjugue con las acciones que estos dos gigantes de la web brindan, además el servicio que ofrece esta gran plataforma es totalmente gratuito y a menos de que necesites subir contenido no necesitas de un registro para interactuar con más personas. En cuanto a Ecuador, no existe como tal una embajada o sucursal de estas entidades en las que se permita adquirir todos los planes y funcionamientos que este ofrece a nivel mundial.

Bañuelos, J. (2009): En YouTube encontramos diversas funciones espectaculares, propias de un medio interactivo en el espacio virtual. Se trata de una interacción diferida y en tiempo real (chat), en donde el usuario puede enviar comentarios, subir videos y hacer intervenciones, dejar huellas de su paso por el sitio, que se insertan en la “escena” de la interfaz en el momento de su actualización.

Comunidades de video online como YouTube están en plena expansión (...) pero también el éxito de se debe, sin duda, a una necesidad del usuario de Internet de contar cosas, de recibir información, de compartir. (Larraña, J., Ruiz, A., 2009), además de contarlas, puede sacar un beneficio de estas, incluirse en el mundo de las figuras públicas puede generar ingresos económicos.

Siri, L. (2014): La efectividad comunicacional de YouTube no reside en la producción audiovisual que contiene, sino en la gran cantidad de información que incluye junto a cada video, (...), así mismo, para YouTube hay una opción de incluirlo en la propia lista de favoritos, recomendarlo a otra persona o denunciarlo por contenido inapropiado.

Son sistemas ya adquiridos por grandes figuras en las que se basan las diferentes maneras de llegar y adquirir la información de YouTube, incluso la búsqueda de cualquier video en la temática necesaria permite a los usuarios elegir entre cientos y cientos de posibilidades para el entretenimiento.

Y aunque el portal más grande de videos sea YouTube, el complejo manejo en cuanto a la edición, producción y generación de un video conlleva varios problemas, pese a las herramientas que ofrece, no son suficiente para incluir contenido de calidad, y quienes hacen inversiones en su contenido, son aquellas personas que alcanzaron un nivel alto de suscriptores y encontraron en eso, un trabajo y una monetización.

León, L. (2018), en su investigación sobre niños youtubers y el proceso de creación de videos: evidencia de competencias transmedia en acción, afirma que: “las evidencias de habilidades sociales vinculadas a la producción audiovisual son orientadas al aprendizaje informal y a la difusión (...) que contiene material de productos culturales en formatos gráficos que incluyen emojis, memes, audio y efectos sonoros.

Sentarse frente a una cámara y hablar sobre tu vida o realizar varias actividades a la vez, conlleva esfuerzo, tanto en el carisma como desenvolverse y actuar con tranquilidad, la edición, las repeticiones de tomas, y los programas necesarios para crear tipografías y adicionar letras, tienen costo por lo que es un verdadero círculo de habilidades que muy pocas personas poseen. Incluso Lerena, M (2017) afirma que muchos: Figuran

instrumentos de monetización para que los videos sean rentables (...) al incluir todo tipo de campañas publicitarias y beneficiando al usuario ante la posibilidad de emprender una nueva profesión en este sector para convertirse en youtuber.

Pérez, J. (2012): El modelo de negocio del portal se basa en los ingresos obtenidos a través de la publicidad, es decir, la venta de espacio publicitario, y de acuerdos específicos con productoras, cadenas de televisión, discográficas y empresas dedicadas por lo general a la producción cultural.

Como figura pública que te convierte el tener suscriptores, compartir contenido seguido en tu plataforma y además sorprende con la creatividad, puede ayudar a que diferentes empresas de todo el mundo confíen en el potencial para representar a una marca, dado que el comentario que los fans, perciban, influenciara en la razón social de esto.

Gonzales, P. (2018): Una de las posibilidades más interesantes que ofrece YouTube para las marcas es la posibilidad de trabajar con los llamados influencers, quienes dentro de YouTube se conocen como youtubers. Se trata de personas con un gran número de seguidores en todas las redes sociales que suben contenido propio y crean auténticas comunidades con sus seguidores, quienes se convierten en fans de todo lo que el influencer publica.

Tornando así una comunicación directa en la que se puede cambiar o combinar las creencias u opiniones acerca de un tema en específico. Históricamente en Ecuador no se visualizan de manera abismal, quienes pertenecen al grupo de youtubers, sin embargo existen varios que se dedican a subir videos sobre la vida diaria, retos y más cosas de entretenimiento, teniendo así que el único canal de YouTube ecuatoriano con más suscriptores es ENCHUFE TV.

INFLUENCER O FIGURA PÚBLICA

Estamos inmersos en densas redes de interacciones y relaciones sociales que facilitan el flujo de influencia social e ideas. (Del Fresno, M., Daly, A. y Sánchez, S. 2016)

Para el Ecuador una figura pública está más identificada en medios de comunicación como lo son televisión o radio, aunque en la actualidad esas barreras comunicativas que incluso convienen a las grandes empresas para fomentar o publicitar una marca. Poco a poco se ve incluida la comunidad de YouTube dentro de las publicidades y reconocimientos a las marcas que aun que son globales, necesitan de un influencer de cada país internamente.

Moposita J. (2019): Las personas que han logrado captar la atención de un gran número de personas se han convertido en grandes referentes para sus adeptos o también llamados dentro del mundo digital como suscriptores (...) a estas personas se las conoce como influencers.

Con el paso del tiempo, y del contenido que este siendo transmitido a las masas, las personas identifican a una figura pública con diferentes marcas o por diferentes servicios, el simple hecho de subsistir en una red mundial con miles y millones de visualizaciones, permite que a nivel mundial se pueda distinguir el accionar y todo lo que diariamente interviene en su desarrollo.

Pérez, M. (2016): El secreto del influencer es la creatividad, en la medida que comparten contenido interesante y atraen a un público que, no solo llega a sentirse identificado con el influencer, sino que lo percibe como una persona cercana. A partir de este vínculo emocional, la audiencia sigue su paso incondicionalmente. Con el tiempo sus divulgaciones se convierten en percepciones positivas o incluso en el consumo de los propios productos y servicios.

Ecuador es un país que adopta las medidas e imposiciones que los países más desarrollados tienen, incluso la interacción con una celebridad pública, aunque varios pertenezcan a otros países, si existen ecuatorianos dedicados a la ayuda social y a influenciar en las demás personas para alcanzar el bien común, Kike Jav, reconocido joven influencer por su canal de YouTube en el que se dedica al contenido de entretenimiento, que además cuenta con casi un millón de suscriptores, maneja varias marcas que respaldan en su convencimiento y palabra.

Gómez B. (2018) Diversos estudios han analizado el papel del influencer en el contexto de la publicidad online bajos distintos prismas (...) su objetivo es transmitir el mensaje de boca a boca para impactar al consumidor, (como menciona, Brow y Hayes, 2008: pág, 09)

“En la sociedad contemporánea, este tipo de adoración se ha vuelto un comportamiento común entre los individuos que, por lo tanto, se convierte en un potencial consumidor de la marca que su ídolo mediático representa”. (Gonzales, E., Chica, D. 2018)

Es el comprobado caso de Nancy Risol, joven ecuatoriana perteneciente a la nacionalidad indígena de la ciudad de Saraguro, la marca personal que impuso en distintas redes sociales la llevó a ser reconocida a nivel mundial, por mostrar su manera de hablar, de actuar y de identificarse como indígena. Cada ecuatoriano tiene una manera diferente en razonar en cuanto a comentarios de celebridades, unos intervienen más que otros y esto a su permite que se creen comunidades, estas son más conocidas como fans y son quienes difieren el contenido que este puede presentar en su plataforma, de manera que haya más interacción, sintetizando la ideología que sustenta Palate, J., y Sulca, M. (2018): “El lenguaje audiovisual es uno de los más utilizados por este motivo se puede convertir en un buen método para el aprendizaje. El uso de los videos es una excelente opción para abordar estrategias didácticas innovadoras en la producción, publicación y socialización”.

CULTURA ECUATORIANA

“El movimiento indígena, es un sujeto colectivo organizado, históricamente excluido e invisibilizado por un modelo de organización económica, social, político y jurídico llamado estado-nación”. (Sarango, L 2016)

El indígena como figura pública en la sociedad ecuatoriana es inferiormente reconocido, la política es la rama en la que se puede tener información de quienes integran las diferentes nacionalidades, mucho menos la figura de la mujer indígena sea plenamente reconocida alrededor del mundo. “Se entiende que las tradiciones, hábitos y costumbres mestizas se transmiten de generación en generación, por lo que se forma una herencia social, estos actos se repite de forma continúa manifestándose en la vida cotidiana y que perduran en el tiempo”. (Balladares, E., Fabara, F. 2019)

La formación de identidad cultural que se ve inmerso en aspectos significativos, es el verdadero desarrollo de una nación, con la difusión y expresar en distintos ámbitos, permite a la sociedad desarrollar ideas sobre las costumbres que tienen un país, incluso la diversidad que presenta así también, Bauer, E. (2010), afirma que:

“en Ecuador el mestizaje es un componente fundamental de la identidad nacional. La historia de subyugación de gente indígena durante la época colonial y por medio del gobierno ecuatoriano ha resultado en el crecimiento de representaciones contemporáneas de la identidad étnica que significa una resistencia a la hegemonía del discurso del mestizaje”. (p184)

Cada una de las nacionalidades y etnias de la zona ecuatorial, representan a raíces y tradiciones de sus antepasados, incluso se puede decir que. “Las tribus ecuatorianas generan una identidad propia que busca respeto y aceptación (...) presentan ciertos intereses comunes que están dispuestos a defender frente a imposiciones o represiones

externas. (Santana, A., Núñez, C. 2016), mismas que se van adaptando a los tiempos modernos que vive la sociedad, Balladares, E., Fabara, F. (2019) deduce: “que éstas “raíces” son los conocimientos que adquirimos en nuestra niñez juventud, y son las que garantizarán la durabilidad de los pueblos con un sentido de pertenencia que llenan de motivación para dejar de lado los prejuicios y destacar los aspectos positivos”.

Segura, M., Varela, S. 2016) menciona que la identidad es un rasgo característico de cada persona, pueblo o nación, pero la identidad cultural son las características propias de una cultura donde las costumbres y tradiciones forman parte de la identidad, por lo que, dentro de una cultura, los individuos que la conforman, presentan características afines a su identidad

El principio de la interculturalidad respeta la diversidad de Pueblos y Nacionalidades Indígenas y demás sectores ecuatorianos, pero a su vez demanda la unidad de estas, en el campo económico, social, cultural y político, en aras de transformar las actuales estructuras el Nuevo Estado de plurinacional, en un marco de igualdad de derechos, respeto mutuo, paz y armonía entre las Nacionalidades. (CONAEI; 1997)

Con el paso del tiempo las diferentes poblaciones del Ecuador se ven afectas por la pérdida de valores morales que adquieren de sus antepasados, se contrasta con la ideología de Manobanda, J., Viteri, W. (2015), que afirman que “La deformación de la identidad cultural se produce en una gran cantidad de jóvenes que acogen costumbres y tradiciones extranjeras que no tienen semejanza con las practicadas propiamente por nuestra nación”.

Vizuet M. B., Paredes, A. (2016): “Es un derecho de todos los ecuatorianos; conocer el pasado de los pueblos que habitaron y en nuestro país, recorriendo todas las etapas de

desarrollo cultural hasta llegar al presente”. Un país entero tiene el derecho de reconocer y encontrar en la sociedad personas que permiten el desarrollo y el conocimiento mundial de actividades y figuras que generan publicidad, en todo el mundo, encontrar y explotar los talentos ocultos.

Las vestimentas tradicionales de las nacionalidades indígenas, varían de acuerdo al lugar de asentamiento, así podemos generalizar a cada una de las zonas del Ecuador, de la siguiente manera:

- Región Costa: “los vestidos son alegres y vivos de color blanco generalmente, la mujer lleva vestido un poco largo de tela estampada o llana de colores muy subidos con collares y aretes que hagan juego” (Bitácora de Ciencias Sociales (2013)

El sombrero, lo llevan los dos sexos, el machete solo es llevado por los hombres, el pañuelo y los zapatos por lo general son combinados y casi siempre es utilizado por mujeres también.

- Región Sierra: “el vestido de la mujer es característico, usa falda bastante amplia, de lana y de color encendido, siendo además bordadas. Las blusas de telas brillosas (teta espe-jo) igualmente bordadas de varios colores. Para los hombres el pantado es a media pierna y la camisa color blanco” Bitacora de Ciencias Sociales (2013)

El sombrero, utilizado tanto por el hombre como la mujer, pañuelo, zapatos llamados alpargatas, ponchos largos o cortos de diferentes colores llanos y entre otros tenemos; fajas, cordones, pañuelos, pecheras, cintas, máscaras, coronas, látigos, hachas, etc.

- Región Oriente: “generalmente los hombres y mujeres usan solamente pantalones cortos, blusas a la rodilla de variados colores teñidos por ellos, como el algodón de chambira, la pita y algunas fibras vegetales” Bitácora de Ciencias Sociales (2013)

El cintillo, es un implemento elaborado con plumas de aves que ellos mismo cazan, los zapatos se utilizan rara vez ya que no pertenece a su vestimenta original, arcos y flechas elaborados con chonta y adornos con cortezas de árboles y plumas de varios colores, además utilizan también collares, pulseras, carricillos y fajas.

COMUNICACIÓN VERBAL/NO VERBAL

La infinidad de maneras de comunicar es lo que permite que una sociedad se desarrolle e incluso un país llegue a tener relaciones con el exterior, sean estas económicas o de índole social, Fajardo, L. (2009): “El hombre, como ser social, necesita de la lengua para interactuar”. De tal manera que se proponen los siguientes elementos:

- Emisor/Receptor: Tradicionalmente se considera al emisor y al receptor como dos sujetos indispensables para que exista la comunicación, mientras uno produce, otro comprende.
- El código: se considera que la comunicación depende del proceso de codificación de un mensaje por parte del hablante, y de decodificación de aquel por parte del oyente.
- La intención del hablante: es un elemento que se consideró importante en el proceso de comunicación solo hasta cuando la pragmática apareció y propuso la teoría de los actos de habla.
- El mensaje: En un esquema de comunicación tradicional, el mensaje se considera tan esencial como los interlocutores, es el nexo entre estos y siempre tiene un referente.
- El canal: se ha definido, tradicionalmente, como el medio físico a través del cual se transmite el mensaje, y su función esencial es hacer posible el contacto entre el hablante y el oyente.

- El contexto: es otro de los elementos del proceso de comunicación, se concibió en un principio como el entorno físico; sin embargo, hoy tenemos que ponerles este rótulo a las nociones de entorno social y entorno cultural, en los que se produce el acto de habla o el “contexto comunicativo”.
- Objetivo de la comunicación: busca reproducir en el interlocutor una serie de representaciones relacionadas con el objeto mismo de la comunicación y con los cambios de conducta y de actitudes que el hablante desea que se reproduzcan.

De la misma manera se puede interpretar un mensaje o información de manera no verbal, esta también es conocida como gestualidad en la que se usan las facciones del rostro y los movimientos del cuerpo, para demostrar algo, “En la Comunicación no Verbal, el Paralenguaje es una disciplina que estudia desde el punto de vista fónico, las cualidades de la voz y sus posibles modificaciones”. (Domínguez, M. de los Reyes 2009)

Vilá, R., (2012), afirma que: Se distingue el concepto de comunicación intercultural por dos elementos fundamentales: La multiculturalidad del encuentro: es decir, las personas que emprenden la aventura de comunicarse pertenecen a referentes culturales distintos (...) y la eficacia comunicativa intercultural, es decir, que las personas que entran en contacto perciben un grado aceptable o suficiente de comprensión mutua y de satisfacción en sus relaciones interpersonales.

Gran parte de las comunidades indígenas manejan el idioma kichwa, por lo que tiene mayor acceso a la comunicación, sin embargo, las sociedades se adaptan al modo general de la interacción que es el español, de esta manera también se puede generar diferentes maneras para comunicar por lo que Vilá, R., (2012): propone como elementos los sientes:

- El lenguaje corporal: los estudios sobre el movimiento del cuerpo, tomado como lenguaje o expresión del cuerpo, incluye: gestos, movimientos de cabeza, expresiones faciales, movimientos oculares y otras manifestaciones del cuerpo.
- Las distancias físicas; la proximidad o el sentido del uso del espacio personal en lugares públicos o privados.
- El tacto: es quizás el componente más básico, intervienen elementos contextuales y la interpretación que el hablante quiera transmitir.

El simple movimiento del rostro o las extremidades permiten, saber o comunicar sobre un tema en específico, es así también como personas con capacidades varias, en concordancia con Fernández, V. (2007) que manifiesta que: “Para descubrir los aspectos no verbales de la comunicación se han utilizado diferentes palabras y frases: lenguaje corporal, cinesia gestualidad, proxemía”.

FUNDAMENTACIÓN FILOSOFICA

Para el desarrollo de este trabajo de investigación previo a la obtención del Título de Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato, se emplean distintos paradigmas como lo son; el paradigma histórico-social, paradigma cualitativo-interpretativo, de tal manera que se utilizará la metodología crítica, con la implementación de una matriz propia; para el análisis de cada uno de los elementos expuestos en el contenido digital de la influencer Nancy Risol en la plataforma de YouTube en el periodo Septiembre 2018- Septiembre 2019; y cumplir cada uno de los objetivos a través de la interpretación de los datos de la matriz.

FUNDAMENTACIÓN AXIOLÓGICA

Resaltar la relación que tiene la comunicación, los distintos medios para impartir información y sus personajes, justifica los valores que abarca este tema, la humanidad, cultura, humildad y el respeto, representa la relación social del ser humano y lo positivo de incluir culturas en diferentes ámbitos comunicacionales.

En primordial acción se pretende justificar la acción positiva que la influencer Nancy Risol utiliza para sus suscriptores mediante los videos de la plataforma YouTube, y entre estos identificar sus valores culturales como indígena del Ecuador.

FUNDAMENTACIÓN SOCIOLÓGICA

Se considera que es de fundamental importancia promover y fomentar las diferentes culturas del Ecuador, en los distintos medios de comunicación posible, demostrar la naturaleza de vivir, su lenguaje, vestimenta, costumbres y lo que engloba a la información que se puede brindar, sin duda alguna genera impacto.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

En el marco de lo legal, la Constitución de la República del Ecuador, se acota los siguientes enunciados:

[...] **Art. 16.-** Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación, libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con capacidad.” (Constitución de la República del Ecuador 2008)

De esta manera dotan a cada ser humano ecuatoriano un espacio de desarrollo en la sociedad además de incentivar y reconocer sus costumbres y raíces de manera participativa y en todos los medios de comunicación masivo.

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. (Constitución de la República del Ecuador 2008)

Así también la Ley Orgánica de Comunicación, acciona a favor de quienes necesitan y de quienes deseen expresarse hacia los demás, con los siguientes artículos:

Art. 4.- Contenidos personales en internet. - Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet. (Ley Orgánica de Comunicación 2013)

Art. 17.- Derecho a la libertad de expresión y opinión. - Todas las personas tienen derechos a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley. (Ley Orgánica de Comunicación 2013)

Art. 3.- De los fines. Son fines de la presente Ley:

1.- Fomentar e impulsar la libre creación, la producción, valoración y circulación de productos, servicios culturales y de los conocimientos y saberes ancestrales que forman parte de las identidades diversas, y promover el acceso al espacio público de las diversas expresiones de dichos procesos;

2.- Reconocer el trabajo de quienes participan en los procesos de creación artística y de producción y gestión cultural y patrimonial, como una actividad profesional generadora de valor agregado y que contribuye a la construcción de la identidad nacional en la diversidad de las identidades que la constituyen; (Ley Orgánica de Cultura, 2016)

Es así como logra sustentar y enriquecer los valores informativos hacia la sociedad, impulsándola a enlazar con nuevas plataformas y nuevos retos.

TÍTULO II.- DE LOS DERECHOS, DEBERES Y POLÍTICAS CULTURALES

Capítulo 1.- De los derechos culturales

- i) **Entorno digital.** Como un bien público global y abierto, la red digital es un entorno para la innovación sostenible y la creatividad, y un recurso estratégico para el desarrollo de prácticas, usos, interpretaciones, relaciones y desarrollo de medios de producción, así como de herramientas educativas y formativas, vinculadas a los procesos de creación artística y producción cultural y creativa. Se reconoce el principio de neutralidad de la red como base para el acceso universal, asequible, irestrico e igualitarios a internet y a los contenidos que por ella circulan. (Ley Orgánica de Cultura, 2016)

Es un derecho de todas y todos conocer y fortalecer las raíces de donde proviene, de donde expresa su manera de vivir y de todo lo que lo rodea, sin excepción alguna. Cabe recalcar que los pueblos y nacionalidades indígenas dentro del Ecuador, guardan un profundo pesar por el desarrollo del que carecen, los conflictos en la sociedad y el racismo que día a día oprimen su bienestar, sin embargo con la creación de las distintas entidades como CONAIE (Confederación de Nacionalidades del Ecuador) enfrenta los diferentes conflictos e incluso una lucha constante que aporó con justas recompensas en la Constitución ecuatoriana de 2008, en el que visualizo lo que el mundo y el sistema social perdían ante el desarrollo. Además, el Plan Nacional para el Buen Vivir, estableció muchos derechos a cada uno de los pueblos indígenas del país, como la comunicación y la educación e incluso se incorporó la naturaleza.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general

- Analizar los elementos lingüísticos y paralingüísticos del contenido digital que posea en la plataforma YouTube la influencer ecuatoriana Nancy Risol.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar los valores sociales que aporta a su audiencia.
- Reconocer la figura indígena de Nancy Risol en contenidos digitales para la plataforma YouTube.
- Relacionar los patrones del comportamiento de la influencer Nancy Risol en los contenidos digitales.

1.4 PREGUNTAS DIRECCTRICES

- ¿Son adecuados los elementos lingüísticos y paralingüísticos utilizados por la influencer Nancy Risol en la plataforma digital de YouTube?
- ¿Son positivos los valores morales que aporta Nancy Risol a sus suscriptores?
- ¿Es reconocida la figura indígena en los contenidos para la plataforma digital de YouTube?

CAPITULO II

METODOLOGÍA

2.1 Materiales

En la elección de materiales metodológicos para la investigación se debe reconocer el conjunto de pasos y procedimientos que guían de forma racional al descubrimiento de elementos usados, siendo así la metodología un camino para la generación de incógnitas que propongan soluciones de manera que se cumpla cada objetivo.

Salgado, A. (2007): El término diseño en el marco de una investigación cualitativa se refiere al abordaje general que se utiliza en el proceso de investigación, es más flexible y abierto, y el curso de las acciones se rige por el campo (participantes y la evolución de los acontecimientos), de este modo, el diseño se va ajustando a las condiciones del escenario o ambiente (pág. 72).

Para la presente investigación se empleará el enfoque cualitativo, utilizando la recolección de datos para el respectivo análisis y descripción de los diferentes elementos utilizados en el contenido digital para la plataforma de YouTube de la influencer Nancy Risol, esta investigación se sustenta en el enfoque ya citado, debido al extenso uso de su palabra, la calificación simbólica, la opinión final y todos los datos que se puedan resaltar de este, mismo que se basará en la creación de una matriz, que identificará, analizará y demostrara cada elemento para un desarrollo y cumplimiento de cada uno de los objetivos expuestos.

2.2 Métodos

Investigación de campo

Graterol, R., (2001): “La investigación de campo es cuando “se representa mediante manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas con el fin de describir de qué modo o causa se produce el acontecimiento en particular” (pág. 1).

De esta manera se vincula con el método porque mediante la observación y análisis de videos de la influencer Nancy Risol, se determinará y cumplirá cada uno de los objetivos planteados.

Investigación bibliográfica y documental

Rodríguez, M. (2013): “Constituye el proceso de recolección, clasificación y análisis de información empírica, gráfica y virtual que será fuente teórica, conceptual y metodológica para la indagación en particular”.

El enfoque empleado se deriva de los estudios previos de artículos, proyectos de investigación y todo tipo de recolección bibliográfica de manera física y virtual de la universidad, así como también los sitios web de la figura pública en estudio.

Tipo de investigación

Según Hernández, Fernández & Baptista (2014), el estudio descriptivo “busca alcanzar específicamente propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice”. En este proyecto se aplica dicho tipo de investigación sobre los elementos lingüísticos y paralingüísticos que la influencer ecuatoriana Nancy Risol usa en su contenido digital.

Metodología

Para la presente investigación se diseñó una matriz de análisis basada en antiguas tesis y metodologías de investigación antes mencionadas, en esta se engloba cada uno de los elementos a identificar dentro del contenido digital de la influencer Nancy Risol en la plataforma de YouTube.

Matriz de análisis

En esta matriz señalo los elementos lingüísticos y paralingüísticos que utiliza Nancy Risol en los videos, para identificar sus valores sociales que aporta a la audiencia, la figura indígena que proyecta y de la misma manera relacionar los patrones de comportamiento de cada video.

Tabla N° 1: Matriz para análisis de videos

NOMBRE Y NÚMERO DE NIVEL	
ASPECTOS GENERALES	TÍTULO DEL VIDEO <ul style="list-style-type: none"> • Nombre • Utiliza sobre nombre • Tipografía • Ortografía DURACIÓN <ul style="list-style-type: none"> • Duración del video ESCENARIO

	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de escenario <p>VESTUARIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipo de vestimenta • Vestimenta de la cultura • Cambios de vestimenta en un solo video <p>IMAGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imagen de la influencer • Accesorios <p>CAJA DE INFORMACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utilización de información sobre la influencer
CONTENIDO	<p>TEMA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sugerencia del tema a tratar en el video • Contexto del tema conforme el video <p>GESTUALIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lenguaje corporal • Extrovertido o Introvertido • Interpretación de otros personajes • Parodia • Publicidad • Otros actores
EDICIÓN	<p>TOMAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generales • Duración por toma • Planos • Ángulos • Movimientos de cámaras • Música • Efectos de sonido • Efectos de video (incluye letras, emoticones, etc.)
LENGUAJE	<p>LENGUA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jergas • Uso de vulgaridad • Uso de palabras quichua • Fluidez verbal

	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliza refranes/ dichos/ versos • Redundancia de palabras o ideas • Conexión de ideas o frases • Tono de voz • Vocalización
INTERRACCIÓN	<p>INTERACCIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pide interacción al público en sus redes sociales • Pide interacción para nuevos videos • Número de like • Número de dislike • Uso de hashtag#

Fuente: YouTube/Nancy Risol

Elaborado por: Celena Ortiz (Investigador/a)

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Para el desarrollo de este capítulo se aplicó la metodología diseñada basada en antiguas tesis sobre temas similares y que previamente fue seleccionada para ser analizada e intervenida, de tal manera que lo cualitativo está expuesto en todos los datos para observar en cada uno de los videos de la Influencer ecuatoriana Nancy Risol, de esta manera se complementó la información necesaria para cumplir cada uno de los objetivos planteados anteriormente, por esta razón los datos serán recolectados de manera objetiva incluyendo todo tipo de comunicación de la influencer.

INTERPRETACIÓN DE DATOS

En la interpretación de datos se hizo de forma descriptiva a partir de los datos arrojados por cada matriz de cada video, y de esta manera identificar elementos que sean utilizados para la comunicación por parte de la figura pública.

Tabla N° 2 Canal de YouTube/Nancy Risol, video dos.

Video N° 1 “cumpliendo sus retos/baile sexy”					
				Observaciones	
A S P E C T O S G E N E R A L	Título del video	Nombre	Sencillo pero directo		El uso de frases (baile sexy) poco relacionadas con el ambiente humanístico al que ella está acostumbrada, permiten al visualizador crear expectativas diferentes sobre el video. Por ser el primer video en subir a la plataforma, no utiliza ningún sobrenombre con el que la puedan conocer. El título está escrito de manera incorrecta, sin respetar reglas de ortografía y gramaticales.
			Extravagante	✓	
		Utiliza sobrenombre	Si		
			No	✓	
		Tipografía	Utiliza mayúsculas en toda la oración		
			Utiliza mayúsculas solo en las primeras palabras		
			Ninguna letra en mayúscula	✓	

E S		Ortografía	Utiliza signos de ortografía		No utiliza signos de puntuación, como son las comas o puntos finales.	
			No utiliza signos de ortografía	✓		
	Duración	Duración del video	De 1 a 8 minutos	✓	El tiempo de duración es de 1 minuto con 50 segundos.	
			De 8 a 13 minutos			
			De 13 a 16 minutos			
	Escenario			Construido con material extra		El escenario que utiliza en este video se puede identificar como un cuarto quizás dentro de una casa, se aprecia paredes de colores claros y algo similar a una cama.
				Escenario estilo televisivo		
				Al aire libre		
				Escenario provisional	✓	
	Vestuario		Formal (civil)			

		Vestimenta que utiliza	Informal (civil)	✓	Al comenzar el video viste con jeans, un buzo cerrado y chompa, y en el transcurso va cambiando de vestuario por algo más tradicional de la cultura.	
			Tradicional	✓		
		Cambia de vestimenta en el video	Si	✓		Pasa de vestir un jean de color azul a utilizar sombrero y un anaco o pollera de color tomate.
			No			
		Utiliza vestimenta referente a su nacionalidad indígena (de ser sí cuales son estas)	Si	✓		Sombrero color café claro. Anaco o pollera de color tomate.
			No			
	Imagen	Imagen de la influencer	Sin maquillaje y de forma natural	✓	Se presenta de manera natural sin maquillaje y tampoco peinados extravagantes.	
			Con maquillaje, etc.			
		Utiliza accesorios	Si	✓	De su cuello cuelga un collar llamado rosario que podría ser un accesorio de la cultura.	
	No					

		pertenecientes a su cultura (de ser sí cuales son)			
	Caja de información	Utilización de texto con información sobre contactos de la influencer	Si No	✓	El texto que ella utiliza es: “gracias por ver mis videos seguire subiendo contenidos suscríbete y sigueme en facebook: https://www.facebook.com/nancyrisol/ instagram: https://www.instagram.com/nancy_risol/ ” También especifica la categoría a la que pertenece como Personas y blogs.
C O N T E N I D O	Introducción del video		Intro referencial y con saludo	✓	Para la intro, existe la bienvenida al canal en letras blancas y fondo negro, seguido el saludo que da la influencer agregando el tema a desarrollar.
			Directo al video		
	Sugerencia del tema a tratar en el video	Tema	Por interés del influencer		Específica que el video se tratará sobre los temas que piden los suscriptores, siendo estos retos antes anunciados a su persona.
			Por petición de suscriptores	✓	
Contexto del video		Contexto	Relación al tema	✓	Conforme al título y al contexto que maneja, sí se cumple la relación.

			Indirectamente se relaciona con el tema			
Gestualidad			Lenguaje corporal y verbal	✓	Utiliza sus manos, cada parte de su rostro y además su cuerpo, baila y realiza gestos que demuestran lo que vive en ese momento.	
			Solo lenguaje			
			Solo lenguaje corporal			
Extrovertido/Introvertido	Influencer		Ambivertido		Muestra una manera de actuar bastante extrovertida, tiene acciones espontáneas y graciosas.	
			Introvertido			
			Extrovertido	✓		
Interpretación	Personajes		Uno o varios		No presenta ningún otro personaje en el video.	
			Ninguno	✓		
Parodia	Existe parodia		Si	✓	Es cómica su manera de mostrarse a la cámara a pesar de sus palabras inapropiadas.	
			No			
Publicidad	Existe publicidad dentro del video		Si		No posee publicidad de ninguna marca que ella mencione.	
			No	✓		
	Publicidad fuera del video			Si		En ningún segundo del video se corta para una propaganda publicitaria.
				No	✓	
Actores			Uno o varios		Es ella únicamente en el video.	

		Existen más actores	ninguno	✓		
E D I C I Ó N	Tomas	Generales	SI		En el video se aprecia medio cuerpo y hasta un $\frac{3}{4}$ por lo que no se aprecia un cuerpo o figura completa.	
			No	✓		
		Duración	De 5 a 10 segundos	✓		Las tomas son muy variadas y van desde los 3 a 5 segundos y otras hasta más de 10 segundos.
			Más de 10 segundos	✓		
	Planos		Usa de 1 a 4 planos	✓	Utiliza 4 diferentes planos: Plano $\frac{3}{4}$. Plano medio. Plano medio corto. Primer plano.	
			Usa de 5 a 8 planos			
	Ángulos		Normal	✓	Utiliza el ángulo normal y contrapicado en diferentes segundos del video.	
			Picado			
			Contrapicado	✓		
	Movimiento de cámara		Estático	✓	La cámara no se mueve del lugar en donde fue puesta.	
Se mueve						
Edición en el video		Si	✓	Existen cortes muy pronunciados, el volumen de la música agregada es alto y no se suspendió el tono del video y no existen transiciones.		
		No				

	Música		Si	✓	Se aprecia la música de fondo con el que fue grabado el video y también la música que se puso en edición.
			No		
	Efectos de sonido		Si		La voz, la música utilizada no son transformadas es un sonido neto además no existe otro sonido diferente al que ella produce.
			No	✓	
	Efectos de video (incluye letras, emoticones, etc.)		Si	✓	Si incluye las palabras “Bienvenido a mi canal y adjuntando el emoji de un beso”
			No		
L E N G U A J E	Jerga	Lenguaje	Formal (juvenil)		Su lenguaje es bastante informal usa palabras como; chupe que no pertenecen al español y tampoco al quechua.
			Informal (juvenil)	✓	
		Uso de palabras extranjeras	Si	✓	Utiliza palabras como: hello, challenge, escuse me, sorry, USA, que pertenecen al inglés.
			No		
	Uso de vulgaridad		Si	✓	La frase “me la chupe todita” entra en la vulgaridad por sus palabras erróneas utilizadas para informar sobre el acontecimiento.
			No		
	Uso de palabras Quichuas perteneciente a la cultura (de ser afirmativo, cuales son)		Si		Libre de apellidos de suscriptores que menciona no existen palabras quichuas que necesiten traducción.
			No	✓	
	Fluidez verbal		Si	✓	Tiene fluidez verbal baja.
			No		
	Utiliza refranes/ dichos/ versos		Si		No usa dichos ni refranes.

		No	✓	
	Redundancia de palabras o ideas	Si		Utiliza las palabras necesarias.
		No	✓	
	Conexión de ideas o frases	Si	✓	Sus frases tienen concordancia.
		No		
	Tono de voz	Alto	✓	Utiliza tonos más altos a los que se debería tener en videos.
		Normal		
		Bajo		
	Vocalización	Existe adecuada vocalización		Tanto en palabras del español como del inglés, muchas no son pronunciadas de manera adecuada.
		No existe adecuada vocalización	✓	
I N T E R R A C I O N	Pide interacción al público para sus redes sociales	Si	✓	Manifiesta que pueden seguirle en sus redes sociales.
		No		
	Pide interacción para nuevos videos	Si		No manifiesta interacción para nuevos videos.
		No	✓	
	Numero de Liques	37022		
Numero de Disloques	2645			

C C I O N	Uso de hashtag #	Si		No utiliza hashtag para crear tendencia en ninguna red social.
		No	✓	

Fuente: YouTube/Nancy Risol
(Investigador/a)

Elaborado por: Celena Ortiz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Los aspectos a tratar identifican los elementos que usa la Influencer para comunicar al público los diferentes puntos de su contenido, para el análisis de la primera tabla se detallan cada uno de los elementos con lo que la influencer puede comunicar a su público, el dialecto, vestimenta y acciones, informan lo esencial a la comunidad. Lo principal y directo de observar son las faltas ortográficas con las que describe el contenido en la plataforma, incluso la información que brinda respecto a ella, por otra parte, usa la picardía para dirigirse y captar la atención del público, de tal manera que quien vea el contenido lo consuma en su totalidad. Con respecto al contenido, baila y demuestra sus supuestas habilidades para realizar acciones que en todo modo es viral dentro de esta plataforma como lo son los retos; Dentro del minuto con cincuenta segundos que dura el video se experimentan cortes bruscos y sonidos sobrepuestos que demuestran el uso incorrecto de programas para edición y producción, del mismo modo cada uno de los planos, luz y posición de cámara son realizados de manera empírica sin un sentido común sobre mejoras por cada toma y lugar de grabación. El vestuario que muestra no identifica a la figura indígena a la que pertenece, sin embargo, las acciones y jergas verbales muestra la adolescencia que vive día a día en el que adquiere gestualidades de otros

países y dialectos, sin menos importancia las interacciones que tiene con los suscriptores es utilizado para el crecimiento del canal en general.

Tabla N° 3 Canal de YouTube/Nancy Risol, video dos.

Video N° 2 “Lo mas aterrador en toda mi vida / Nancy Risol”	
	Observaciones

A S P E C T O S G E N E R A L E S	Título del video	Nombre	Sencillo pero directo	✓	No se puede calificar como algo extremo para poderlo catalogar como extravagante, pero son cosas que pasan en el diario vivir.		
			Extravagante				
		Utiliza sobrenombre	Si			No usa el sobrenombre, pero especifica cuál es su nombre.	
			No	✓			
		Tipografía	Utiliza mayúsculas en toda la oración			Utiliza la primera letra de la frase en mayúscula y también las primeras letras de su nombre.	
			Utiliza mayúsculas solo en las primeras palabras	✓			
			Ninguna letra en mayúscula				
		Ortografía	Utiliza signos de ortografía				No utiliza signos de puntuación, como son las tildes o puntos finales.
			No utiliza signos de ortografía	✓			

	Duración	Duración del video	De 1 a 8 minutos	✓	El tiempo de duración es de 1 minuto con 34 segundos.
			De 8 a 13 minutos		
			De 13 a 16 minutos		
	Escenario		Construido con material extra		El escenario que utiliza en este video se puede apreciar que está dentro de una casa, tal vez un cuarto y también mantiene unos segundos en una ventana donde se puede ver el aire libre y la naturaleza.
			Escenario estilo televisivo		
			Al aire libre	✓	
			Escenario provisional	✓	
	Vestuario	Vestimenta que utiliza	Formal (civil)		Utiliza una chompa y jeans algo informal fuera de su vestimenta tradicional
			Informal (civil)	✓	
			Tradicional		
		Si		Mantiene su manera de vestir en todo el video.	

		Cambia de vestimenta en el video	No	✓	
		Utiliza vestimenta referente a su nacionalidad indígena (de ser sí cuales son estas)	Si		No usa nada referente a su nacionalidad.
			No	✓	
Imagen	Imagen de la influencer		Sin maquillaje y de forma natural	✓	Se presenta de manera natural sin maquillaje y tampoco peinados extravagantes.
			Con maquillaje, etc.		
	Utiliza accesorios pertenecientes a su cultura (de ser sí cuales son)	Si		En este video no se aprecia ningún accesorio perteneciente a la cultura indígena.	
No		✓			

	Caja de información	Utilización de texto con información sobre contactos de la influencer	Si	✓	El texto que ella utiliza es: “gracias por ver mis locuras para mas vídeos sígueme en: facebook: https://www.facebook.com/nancyrisol/ instagram: https://www.instagram.com/nancy_risol/ ” También especifica la categoría a la que pertenece como Personas y blogs.	
			No			
C O N T E N I D O	Introducción del video		Intro referencial y con saludo	✓	Para la intro, saluda a sus suscriptores llamándolos “amigos” y siguiente una frases que conecta con el punto céntrico del video.	
			Directo al video			
	Sugerencia del tema a tratar en el video	Tema	Por interés del influencer	✓	Específica que el video se tratará sobre algo triste y aterrador de su vida que es el estar gorda, es un video que lo saco por preferencia propia.	
			Por petición de suscriptores			
	Contexto del video		Contexto	Relación al tema	✓	Conforme al título y al contexto que maneja, sí se cumple la relación.
				Indirectamente se relaciona con el tema		

	Gestualidad		Lenguaje corporal y verbal	✓	Utiliza sus manos, cada parte de su rostro, gestos y movimientos que demuestran lo que vive en ese momento.
			Solo lenguaje		
			Solo lenguaje corporal		
	Extrovertido/Introvertido	Influencer	Ambivertido		Muestra una manera de actuar bastante extrovertida, tiene acciones espontáneas y graciosas.
			Introvertido		
			Extrovertido	✓	
	Interpretación	Personajes	Uno o varios		No presenta ningún otro personaje en el video.
			Ninguno	✓	
	Parodia	Existe parodia	Si	✓	Es cómica su manera de mostrarse a la cámara a pesar de sus palabras inapropiadas.
			No		
	Publicidad	Existe publicidad dentro del video	Si		No posee publicidad de ninguna marca que ella mencione.
			No	✓	
		Publicidad fuera del video	Si		En ningún segundo del video se corta para una propaganda publicitaria.
			No	✓	
	Actores	Existen más actores	Uno o varios		Es ella únicamente en el video.
ninguno			✓		
E D	Tomas	Generales	SI		En el video se aprecia medio cuerpo y hasta un $\frac{3}{4}$ por lo que no se aprecia un cuerpo o figura completa.
			No	✓	

I C I Ó N		Duración	De 5 a 10 segundos		Las tomas son muy variadas tiene tiempos entre los 5 y 20 segundos.
			Más de 10 segundos	✓	
	Planos		Usa de 1 a 4 planos	✓	Utiliza 3 diferentes planos: Plano medio. Plano medio corto. Primer plano.
			Usa de 5 a 8 planos		
	Ángulos		Normal	✓	Utiliza el ángulo normal y contrapicado en diferentes segundos del video.
			Picado		
			Contrapicado	✓	
	Movimiento de cámara		Estático		La cámara se mueve en dos ocasiones ahí es donde se cambian los escenarios
			Se mueve	✓	
	Edición en el video		Si	✓	Existen cortes muy pronunciados donde no se escucha bien la palabra que quiere terminar de decir.
			No		
	Música		Si		El único sonido aparte de su voz en el video, es el sonido de la lluvia.
			No	✓	
	Efectos de sonido		Si		La voz no es transformada es un sonido neto.
			No	✓	
	Efectos de video (incluye letras, emoticones, etc.)		Si		Dentro del video no existen letras, emoticones o emojis.
		No	✓		

L E N G U A J E	Jerga	Lenguaje	Formal (juvenil)		Su lenguaje es bastante informal usa palabras como; cagar, tragar, panza y palabras soeces.
			Informal (juvenil)	✓	
		Uso de palabras extranjeras	Si	✓	
	No				
	Uso de vulgaridad	Si	✓	Utiliza demasiadas frases inapropiadas y soeces dentro del video.	
		No			
	Uso de palabras Quichuas perteneciente a la cultura (de ser afirmativo, cuales son)	Si		Libre de apellidos de suscriptores que menciona no existen palabras quichuas que necesiten traducción.	
		No	✓		
	Fluidez verbal	Si	✓	Tiene fluidez verbal baja.	
		No			
	Utiliza refranes/ dichos/ versos	Si		No usa dichos ni refranes.	
		No	✓		
	Redundancia de palabras o ideas	Si		Utiliza las palabras necesarias.	
		No	✓		
	Conexión de ideas o frases	Si	✓	Sus frases tienen concordancia aunque no están ubicadas adecuadamente.	
		No			
	Tono de voz	Alto	✓	Utiliza tonos más altos a los que se debería tener en videos.	
Normal					
Bajo					

	Vocalización	Existe adecuada vocalización		Tanto en palabras del español como del inglés, muchas no son pronunciadas de manera inadecuada.
		No existe adecuada vocalización	✓	
I N T E R A C C I O N	Pide interacción al público para sus redes sociales	Si		No manifiesta la interacción en sus redes sociales solo en la caja de información.
		No	✓	
	Pide interacción para nuevos videos	Si		No manifiesta interacción para nuevos videos.
		No	✓	
	Numero de Liques	43537		
	Numero de Disloques	2559		
Uso de hashtag #	Si		No utiliza hashtag para crear tendencia en ninguna red social.	
	No	✓		

Fuente: YouTube/Nancy Risol
(Investigador/a)

Elaborado por: Celena Ortiz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

En la segunda tabla se reconocen los mismos patrones de conducta, vestimenta y dialecto del video anterior, sin embargo, su redacción carece de reglas gramaticales, dentro del 1 minuto y 34 segundos de duración, muestra una historia trágica de su vida en la que incluye picardía pretendiendo conectar brevemente al suscriptor y de esa forma conseguir la visualización completa del contenido. En cuanto a producción y edición, se mantienen los cortes bruscos y sonidos sobrepuestos demostrando el desconocimiento de programas para edición y el empeño puesto, su vestuario sigue siendo informal civil y presenta pocas características de formar parte de una nacionalidad indígena, se muestra sin ningún tipo de maquillaje haciendo referencia a la figura de la mujer de forma natural.

Para el contenido usa jergas de diferentes países, el inglés y los quichuismos en los que da una figura más construida y con conocimientos del mundo y las figuras públicas, su gestualidad y carisma son relevantes para crear el entretenimiento necesario, pese a ser una parte triste, la jocosidad entretiene al suscriptor, sin embargo, los inadecuados usos de palabras vulgares manifiestan la falta de valores morales en el vocabulario. Las interacciones del video permiten a quien lo visualiza, esperar más contenido por lo que recurren a la suscripción al canal.

Tabla N° 4 Canal de YouTube/Nancy Risol, video tres.

Video N° 3 “DICEN QUE NO TENGO TALENTO, LOS ODIOS A TODOS!”				
				Observaciones
A S P	Título del video	Nombre	Sencillo pero directo	Es extravagante porque el uso de la frase “LOS ODIOS A TODOS!” es muy cruel y ruda, talvez no sea una verdad que afecte a la sociedad.
			Extravagante	

E C T O S G E N E R A L E S		Utiliza sobrenombre	Si		No usa el sobrenombre	
			No	✓		
		Tipografía	Utiliza mayúsculas en toda la oración	Utiliza	✓	Toda la frase está escrita en mayúsculas quizá para darle más importancia al video.
				Utiliza mayúsculas solo en las primeras palabras		
			Ninguna letra en mayúscula			
		Ortografía	Utiliza signos de ortografía	Utiliza signos	✓	Tiene una coma y un signo de admiración que llaman la atención en su título.
	No utiliza signos de ortografía					
	Duración	Duración del video	De 1 a 8 minutos	✓	El tiempo de duración es de 6 minutos con 31 segundos.	
			De 8 a 13 minutos			

			De 13 a 16 minutos		
Escenario			Construido con material extra		El escenario que utiliza en este video es fuera de una casa de campo antigua hecha de bareque y carrizo.
			Escenario estilo televisivo		
			Al aire libre		
			Escenario provisional	✓	
Vestuario	Vestimenta que utiliza		Formal (civil)		Comienza el video de manera informal con jean y buzo de tela y una chompa, en el transcurso del video cambia el jean por un anaco o pollera y adiciona accesorios.
			Informal (civil)	✓	
			Tradicional	✓	
	Cambia de vestimenta en el video		Si	✓	Cambia algunas prendas de su vestuario en el transcurso del video.
			No		
	Utiliza vestimenta referente a su		Si	✓	Usa una pollera de color lila con faja de color dorado y negro.
No					

		nacionalidad indígena (de ser sí cuales son estas)			
Imagen	Imagen de la influencer	Sin maquillaje y de forma natural	✓		Se presenta de manera natural sin maquillaje y tampoco peinados extravagantes.
		Con maquillaje, etc.			
	Utiliza accesorios pertenecientes a su cultura (de ser sí cuales son)	Si	✓		Usa un sombrero color café y un rosario.
		No			
Caja de información	Utilización de texto con información sobre contactos de la influencer	Si	✓		El texto que ella utiliza es: “hola amigos hoy les vengo a mostrar mi talento, por ahí andan diciendo que no tengo.. y les quiero demostrar que si. SÍGANME EN MIS REDES SOCIALES BABYS :V facebook: https://www.facebook.com/nancyrisol/ instagram: https://www.instagram.com/nancy_risol/ ”
		No			

					<p>////////////////////////////////////</p> <p>CANAL YOUTUBE LUCHO:</p> <p>https://www.youtube.com/channel/Ucwii..</p> <p>INSTAGRAM: http://www.instagram.com/edi_srqv28</p> <p>También especifica la categoría a la que pertenece como Personas y blogs.</p>	
C O N T E N I D O	Introducción del video		Intro referencial y con saludo	✓	En la intro bailan un mix compuesto de sonidos y el ladrido de un perrito acompañada de una persona, no lo presenta y sigue con la introducción referente al título del video.	
			Directo al video			
	Sugerencia del tema a tratar en el video	Tema	Por interés del influencer	✓	Específica que el video lo hace para demostrar lo contrario a lo que ella observa en las redes sociales.	
			Por petición de suscriptores			
	Contexto del video		Contexto	Relación al tema	✓	Conforme al título y al contexto que maneja, sí se cumple la relación.
				Indirectamente se relaciona con el tema		

	Gestualidad		Lenguaje corporal y verbal	✓	Además de su voz utiliza sus manos, cada parte de su rostro, gestos y movimientos de baile.
			Solo lenguaje		
			Solo lenguaje corporal		
	Extrovertido/Introvertido	Influencer	Ambivertido		Muestra una manera de actuar bastante extrovertida, tiene acciones espontáneas y graciosas.
			Introvertido		
			Extrovertido	✓	
	Interpretación	Personajes	Uno o varios		No interpreta a ningún personaje.
			Ninguno	✓	
	Parodia	Existe parodia	Si	✓	Es cómica su manera de mostrarse a la cámara a pesar de sus palabras inapropiadas.
			No		
	Publicidad	Existe publicidad dentro del video	Si		No posee publicidad de ninguna marca que ella mencione.
			No	✓	
		Publicidad fuera del video	Si		En ningún segundo del video se corta para una propaganda publicitaria.
			No	✓	
	Actores	Existen más actores	Uno o varios	✓	Al comienzo del video sale un chico bailando, no cuenta con nombre y tampoco es presentado.
ninguno					
E D	Tomas	Generales	SI	✓	Las tomas generales aparecen cuando ella va a bailar.
			No		

I C I Ó N		Duración	De 5 a 10 segundos		Por lo general la mayoría de tomas duran más de 10 segundos, sin embargo, al comienzo del video cambia de toma al segundo.	
			Más de 10 segundos	✓		
	Planos		Usa de 1 a 4 planos		Utiliza 6 diferentes planos: Plano general Plano figura Plano $\frac{3}{4}$ Plano medio. Plano medio corto Primer plano.	
			Usa de 5 a 8 planos	✓		
	Ángulos		Normal		✓	Utiliza el ángulo normal y picado en diferentes segundos del video.
			Picado		✓	
			Contrapicado			
	Movimiento de cámara		Estático			La cámara se mueve en diferentes ocasiones
			Se mueve		✓	
	Edición en el video		Si		✓	Existen cortes muy pronunciados, tiene efectos de colores llamativos, la música del video original es silenciado y reemplazada por otra que evite copy righth, tiene más concordancia entre una toma y otra.
		No				
Música		Si		✓		

		No		La música es reemplazada por una apta para la plataforma.	
	Efectos de sonido	Si	✓	La voz no es transformada pero si tiene incrementado efectos de sonido como caídas etc.	
		No			
	Efectos de video (incluye letras, emoticones, etc.)	Si		Dentro del video no existen letras, emoticones o emojis.	
		No	✓		
L E N G U A J E	Jerga	Lenguaje	Formal (juvenil)		Su lenguaje es bastante informal usa palabras como; tiashu, pinshe y palabras soeces.
			Informal (juvenil)	✓	
		Uso de palabras extranjeras	Si	✓	Utiliza palabras como: hello y excuse me que pertenece al inglés.
			No		
	Uso de vulgaridad		Si	✓	Utiliza demasiadas frases inapropiadas y soeces dentro del video.
			No		
	Uso de palabras Quichuas perteneciente a la cultura (de ser afirmativo, cuales son)		Si	✓	Chulla es la palabra utilizada que traducido al español es número impar.
			No		
	Fluidez verbal		Si	✓	Tiene fluidez verbal baja.
			No		
	Utiliza refranes/ dichos/ versos		Si		No usa dichos ni refranes.
			No	✓	
	Redundancia de palabras o ideas		Si		No son tan claras las ideas que transmite.

		No	✓	
	Conexión de ideas o frases	Si	✓	Sus frases tienen concordancia aunque no están ubicadas adecuadamente.
		No		
	Tono de voz	Alto	✓	Utiliza tonos más altos a los que se debería tener en videos.
		Normal		
		Bajo		
	Vocalización	Existe adecuada vocalización		Tanto en palabras del español como del inglés, muchas no son pronunciadas de manera inadecuada.
		No existe adecuada vocalización	✓	
I N T E R A C C I	Pide interacción al público para sus redes sociales	Si	✓	Manifiesta la interacción en sus redes sociales.
		No		
	Pide interacción para nuevos videos	Si		No manifiesta interacción para nuevos videos.
		No	✓	
	Numero de Liques	160909		
	Numero de Disloques	10900		
	Uso de hashtag #	Si		No utiliza hashtag para crear tendencia en ninguna red social.
No		✓		

O				
N				

Fuente: YouTube/Nancy Risol
(Investigador/a)

Elaborado por: Celena Ortiz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

En el análisis del tercer video en cada aspecto se aprecian mejoras, el dialecto y jerga son acompañados de la picardía y jocosidad, dando así una mejor recepción de la trama, las faltas ortográficas dan la interpretación de falta de conocimientos gramaticales, la vestimenta refleja la nacionalidad indígena, sin embargo, no se identifica a cuál pertenece, se muestra la humildad y la naturaleza en la que vive. La producción del contenido cambia, el color e incluso la resolución en la que se presenta, al parecer se tiene programas para edición, los cortes y sonidos tienen precisión y mejoran.

Para el contenido del video se aprecia una producción algo elaborada pese a carecer conocimientos de sobre el tema, con la intervención de uno de sus amigos, forman el contenido picaresco haciendo énfasis en los aspectos mencionados. Ella se expresa abiertamente, es extrovertida e interpreta sus bailes de la mejor manera sin dejar a un lado la parodia y picardía; La jerga juvenil que usa es informal, de tal manera que entretiene a las personas. La interacción con su público es bajo, pide que se manifiesten en sus redes sociales, pero no para creación de videos, el número de likes supera a los dislikes, y no tiene uso de hashtag.

Tabla N° 5 Canal de YouTube/Nancy Risol, video cuatro.

Video Nª 4 “COMO FREIR UN HUEVO”

					Observaciones
A S P E C T O S G E N E R A L E S	Título del video	Nombre	Sencillo pero directo	✓	Es directo a lo que se va a dar en el video.
			Extravagante		
		Utiliza sobrenombre	Si		No usa el sobrenombre
			No	✓	
		Tipografía	Utiliza mayúsculas en toda la oración	✓	Toda la frase está escrita en mayúsculas quizá para darle más importancia al video.
			Utiliza mayúsculas solo en las primeras palabras		
			Ninguna letra en mayúscula		
		Ortografía	Utiliza signos de ortografía		No usa ningún signo de ortografía
			No utiliza signos de ortografía	✓	

	Duración	Duración del video	De 1 a 8 minutos	✓	El tiempo de duración es de 6 minutos con 56 segundos.	
			De 8 a 13 minutos			
			De 13 a 16 minutos			
	Escenario			Construido con material extra		El primer escenario que presenta es fuera de una casa hecha de bareque y el escenario en el que continua el video es dentro de la misma casa en la parte de la cocina.
				Escenario estilo televisivo		
				Al aire libre		
				Escenario provisional	✓	
	Vestuario	Vestimenta que utiliza	Formal (civil)		Utiliza en todo el video la vestimenta de su nacionalidad indígena.	
			Informal (civil)			
			Tradicional	✓		
			Si		Utiliza el mismo vestuario.	

		Cambia de vestimenta en el video	No	✓	
		Utiliza vestimenta referente a su nacionalidad indígena (de ser sí cuales son estas)	Si	✓	Usa una blusa de color lila y accesorios de su cultura, además de un anaco o pollera de color negro.
			No		
Imagen	Imagen de la influencer		Sin maquillaje y de forma natural	✓	Se presenta de manera natural sin maquillaje y su cabello esta trenzado hacia abajo.
			Con maquillaje, etc.		
	Utiliza accesorios pertenecientes a su cultura (de ser sí cuales son)	Si	✓	Usa collar de colores y aretes de colores también.	
No					

	Caja de información	Utilización de texto con información sobre contactos de la influencer	Si No	✓	<p>El texto que ella utiliza es: “PARA QUE NO ME DIGAN QUE NO SE HACER NADA, PUES HOY LES ENSEÑARÉ A FREIR UN HUEVO Y NO CUALQUIER HUEVO... SI NO COMO FREIR UN HUEVO A LEÑA</p> <p>Aprenda a cocinar con Nancy Risol</p> <p>SÍGANME EN MIS REDES SOCIALES BABYS :V</p> <p>facebook:https://www.facebook.com/nancyrisol/</p> <p>instagram:https://www.instagram.com/nancy_risol/”</p> <p>////////////////////////////////////</p> <p>CANAL YOUTUBE LUCHO:</p> <p>https://www.youtube.com/channel/Ucwii..</p> <p>INSTAGRAM: http://www.instagram.com/edi_srqv28</p> <p>También especifica la categoría a la que pertenece como Personas y blogs.</p>
C O N T E	Introducción del video	Intro referencial y con saludo		✓	En la intro bailan un mix de música ecuatoriana, acompañada de una persona, no lo presenta y sigue con la introducción con saludo y el título del video.
		Directo al video			

N I D O	Sugerencia del tema a tratar en el video	Tema	Por interés del influencer	✓	Específica que el video lo hace para enseñar lo que ella hace.
			Por petición de suscriptores		
	Contexto del video	Contexto	Relación al tema	✓	Conforme al título y al contexto que maneja, sí se cumple la relación.
			Indirectamente se relaciona con el tema		
	Gestualidad		Lenguaje corporal y verbal	✓	Además de su voz utiliza sus manos, cada parte de su rostro, gestos y movimientos de baile.
			Solo lenguaje		
			Solo lenguaje corporal		
	Extrovertido/Introvertido	Influencer	Ambivertido		Muestra una manera de actuar bastante extrovertida, tiene acciones espontáneas y graciosas.
			Introvertido		
			Extrovertido	✓	
	Interpretación	Personajes	Uno o varios		No interpreta a ningún personaje.
			Ninguno	✓	
Parodia	Existe parodia	Si	✓		

			No		Es cómica su manera de mostrarse a la cámara a pesar de sus palabras inapropiadas.
	Publicidad	Existe publicidad dentro del video	Si		No posee publicidad de ninguna marca que ella mencione.
			No	✓	
		Publicidad fuera del video	Si		En ningún segundo del video se corta para una propaganda publicitaria.
			No	✓	
	Actores	Existen más actores	Uno o varios	✓	Al comienzo del video sale un chico bailando, no cuenta con nombre y tampoco es presentado.
			ninguno		
E D I C I Ó N	Tomas	Generales	SI	✓	Las tomas generales aparecen cuando ella va a bailar.
			No		
		Duración	De 5 a 10 segundos		Por lo general la mayoría de tomas duran más de 10 segundos, sin embargo, al comienzo del video cambia de toma al segundo.
	Más de 10 segundos		✓		
	Planos	Usa de 1 a 4 planos		Utiliza 5 diferentes planos: Plano general Plano $\frac{3}{4}$ Plano medio. Plano medio corto Primer plano.	
		Usa de 5 a 8 planos	✓		
Ángulos		Normal	✓		

		Picado	✓	Utiliza el ángulo normal y picado en diferentes segundos del video.	
		Contrapicado			
	Movimiento de cámara	Estático		La cámara se mueve en diferentes ocasiones	
		Se mueve	✓		
	Edición en el video	Si	✓	Tiene efectos de colores llamativos, la música del video original es silenciada y reemplazada por otra que evite copy right, tiene más concordancia entre una toma y otra.	
		No			
	Música	Si	✓	La música es reemplazada por una apta para la plataforma.	
		No			
	Efectos de sonido	Si	✓	La voz no es transformada pero si tiene incrementado efectos de sonido como caídas etc.	
		No			
	Efectos de video (incluye letras, emoticones, etc.)	Si	✓	Al final del video se encuentra su foto para suscribirse al canal.	
		No			
L E N G U A J E	Jerga	Lenguaje	Formal (juvenil)		Su lenguaje es bastante informal usa palabras como: pinshe y palabras soeces.
			Informal (juvenil)	✓	
	Uso de palabras extranjeras	Si	✓	Utiliza palabras como: hello y ocasion me que pertenece al inglés.	
		No			
	Uso de vulgaridad	Si	✓	Utiliza demasiadas frases inapropiadas y soeces dentro del video.	
		No			

	Uso de palabras Quichuas perteneciente a la cultura (de ser afirmativo, cuales son)	Si		No usa palabras del kichwa
		No	✓	
	Fluidez verbal	Si	✓	Tiene fluidez verbal baja.
		No		
	Utiliza refranes/ dichos/ versos	Si		No usa dichos ni refranes.
		No	✓	
	Redundancia de palabras o ideas	Si		No son tan claras las ideas que transmite.
		No	✓	
	Conexión de ideas o frases	Si	✓	Sus frases tienen concordancia aunque no están ubicadas adecuadamente.
		No		
	Tono de voz	Alto	✓	Utiliza tonos más altos a los que se debería tener en videos.
		Normal		
		Bajo		
	Vocalización	Existe adecuada vocalización		Tanto en palabras del español como del inglés, muchas no son pronunciadas de manera inadecuada.
No existe adecuada vocalización		✓		
I N	Pide interacción al público para sus redes sociales	Si	✓	Manifiesta la interacción en sus redes sociales.
		No		

T E R A C C I O N	Pide interacción para nuevos videos	Si		No manifiesta interacción para nuevos videos.
		No	✓	
	Numero de Liques	185010		
	Numero de Disloques	6607		
	Uso de hashtag #	Si		No utiliza hashtag para crear tendencia en ninguna red social.
		No	✓	

Fuente: YouTube/Nancy Risol
(Investigador/a)

Elaborado por: Celena Ortiz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

En el cuarto video se analizan los movimientos, las jergas y diferentes palabras que cambia para expresarse, no se respeta las reglas gramaticales por lo que se pretende necesita conocimientos teóricos, utiliza diferentes artículos dentro de una casa y cocina ancestral, muestra recetas e implementos que se puede utilizar para preparar diferentes alimentos, su vestimenta acompaña a la figura indígena y de la manera en que se desarrolla, presenta dos escenarios, el externo que es fuera de una casa de bareque y el interno que es dentro de la casa en la cocina, su vestuario es tradicional con varios accesorios en cuanto a su imagen se presenta sin maquillaje y peinado normal con trenza.

El lenguaje utilizado muestra la jerga juvenil que comparte, además mezcla palabras con las que se puede fácilmente identificar sin ser del dialecto natal; el movimiento de su cuerpo y sus extremidades, se muestra extrovertida en la manera de actuar sin

interpretar ningún otro personaje, en las actividades que realiza intenta introducir la parodia y picardía, en este video no tiene publicidad de ningún sentido y solo cuenta con un actor externo; cuenta con planos generales y 4 planos más en donde la figura es la influencer, los ángulos son pica y normal y la mayoría de tomas son en movimiento, la edición del video mejora, tiene cortes adecuados, transiciones, los sonidos son más precisos y al final del video incluye música de fondo con la imagen de ella para que se suscriban.

Tabla N° 6 Canal de YouTube/Nancy Risol, video cinco.

Video N° 5 “BUSCANDO MI TESORITO”					
				Observaciones	
A S P E C	Título del video	Nombre	Sencillo pero directo	✓	Es directo a lo que se va a dar en el video.
			Extravagante		
	Utiliza sobrenombre	Si		No usa el sobrenombre	
		No	✓		

T O S G E N E R A L E S		Tipografía	Utiliza mayúsculas en toda la oración	✓	Toda la frase está escrita en mayúsculas quizá para darle más importancia al video.	
			Utiliza mayúsculas solo en las primeras palabras			
			Ninguna letra en mayúscula			
		Ortografía	Utiliza signos de ortografía			No usa ningún signo de ortografía.
			No utiliza signos de ortografía	✓		
		Duración	Duración del video	De 1 a 8 minutos		✓
	De 8 a 13 minutos					
	De 13 a 16 minutos					

	Escenario		Construido con material extra		El primer escenario que presenta es fuera de una casa hecha de bareque y el escenario en el que continua es al aire libre se aprecia la naturaleza.
			Escenario estilo televisivo		
			Al aire libre		
			Escenario provisional	✓	
Vestuario	Vestimenta que utiliza	Formal (civil)		Utiliza en todo el video ropa civil informal.	
		Informal (civil)	✓		
		Tradicional			
	Cambia de vestimenta en el video	Si		Utiliza el mismo vestuario.	
		No	✓		
	Utiliza vestimenta referente a su nacionalidad indígena (de ser	Si		No cambia de vestuario.	
No		✓			

		sí cuales son estas)			
	Imagen	Imagen de la influencer	Sin maquillaje y de forma natural	✓	Se presenta de manera natural sin maquillaje y su cabello esta trenzado hacia abajo.
			Con maquillaje, etc.		
	Utiliza accesorios pertenecientes a su cultura (de ser sí cuales son)	Si	✓	Usa un rosario y aretes largos.	
		No			
Caja de información	Utilización de texto con información sobre contactos de la influencer	Si	✓	El texto que ella utiliza es: “HOLA REGRESE :V COMENTA SI ME ESTRAÑASTE ... AMIGOS AYUDENME A BUSCAR MI TESORITO QUE ES EL FIRULAIJAJAJA SÍGANME EN MIS REDES SOCIALES BABYS :V facebook: https://www.facebook.com/nancyrisol/ instagram: https://www.instagram.com/nancy_risol/ ” ////////////////////////////////////	

					<p>Redes de la Ruth</p> <p>Facebook: https://www.facebook.com/ruth.guaman.311</p> <p>Youtube: https://www.youtube.com/UCoVd...</p> <p>INSTAGRAM: http://www.instagram.com/ruthguam/</p> <p>También especifica la categoría a la que pertenece como Personas y blogs.</p>
C O N T E N I D O	Introducción del video		Intro referencial y con saludo	✓	Saluda a sus suscriptores, da saludos y da la entrada del video.
			Directo al video		
	Sugerencia del tema a tratar en el video	Tema	Por interés del influencer	✓	El video es grabado por interés de ella.
			Por petición de suscriptores		
	Contexto del video	Contexto	Relación al tema		Conforme al título y al contexto que maneja, no tiene concordancia la cacería con la búsqueda.
			Indirectamente se relaciona con el tema	✓	

	Gestualidad		Lenguaje corporal y verbal	✓	Además de su voz utiliza sus manos, cada parte de su rostro, gestos y movimientos.		
			Solo lenguaje				
			Solo lenguaje corporal				
	Extrovertido/Introvertido		Influencer		Ambivertido		Muestra una manera de actuar bastante extrovertida, tiene acciones espontáneas y graciosas.
					Introvertido		
					Extrovertido	✓	
	Interpretación		Personajes		Uno o varios		No interpreta a ningún personaje.
					Ninguno	✓	
	Parodia		Existe parodia		Si	✓	Es cómica su manera de mostrarse a la cámara a pesar de sus palabras inapropiadas.
					No		
	Publicidad		Existe publicidad dentro del video		Si		No posee publicidad de ninguna marca que ella mencione.
					No	✓	
			Publicidad fuera del video		Si	✓	Existe una publicidad fuera del video. (Netflix)
					No		
	Actores		Existen más actores		Uno o varios	✓	Participa en el video su amiga Ruth Guamán.
ninguno							
E D	Tomas		Generales		SI	✓	Las tomas generales son cuando están al aire libre.
					No		

I C I Ó N		Duración	De 5 a 10 segundos		Por lo general la mayoría de tomas duran más de 10 segundos, sin embargo, al comienzo del video cambia de toma al segundo.
			Más de 10 segundos	✓	
	Planos		Usa de 1 a 4 planos		Utiliza 5 diferentes planos: Plano general Plano $\frac{3}{4}$ Plano medio. Plano medio corto Primer plano.
			Usa de 5 a 8 planos	✓	
	Ángulos		Normal	✓	Utiliza el ángulo normal y picado en diferentes segundos del video.
			Picado	✓	
			Contrapicado		
	Movimiento de cámara		Estático		La cámara se mueve en diferentes ocasiones
			Se mueve	✓	
	Edición en el video		Si	✓	Tiene cambios entre toma y toma con más concordancia, transiciones y sonidos añadidos para dar enfoque al video.
			No		
	Música		Si	✓	La música es reemplazada por una apta para la plataforma.
			No		
Efectos de sonido		Si	✓		

		No		La voz no es transformada pero si tiene incrementado efectos de sonido como caídas etc.	
	Efectos de video (incluye letras, emoticones, etc.)	Si	✓	Al final del video se encuentra su foto para suscribirse al canal.	
		No			
L E N G U A J E	Jerga	Lenguaje	Formal (juvenil)		Su lenguaje es bastante informal usa palabras como: rudas, perra, lárgate y palabras soeces.
			Informal (juvenil)	✓	
		Uso de palabras extranjeras	Si	✓	Utiliza palabras como: hello y ocasion me que pertenece al inglés.
			No		
		Uso de vulgaridad	Si	✓	Utiliza demasiadas frases inapropiadas y soeces dentro del video.
			No		
		Uso de palabras Quichuas perteneciente a la cultura (de ser afirmativo, cuales son)	Si		No usa palabras del kichwa
			No	✓	
		Fluidez verbal	Si	✓	Tiene fluidez verbal baja.
			No		
		Utiliza refranes/ dichos/ versos	Si		No usa dichos ni refranes.
			No	✓	
		Redundancia de palabras o ideas	Si		No son tan claras las ideas que transmite.
			No	✓	
	Conexión de ideas o frases	Si	✓		

		No		Sus frases tienen concordancia aunque no están ubicadas adecuadamente.
	Tono de voz	Alto	✓	Utiliza tonos más altos a los que se debería tener en videos.
		Normal		
		Bajo		
	Vocalización	Existe adecuada vocalización		Tanto en palabras del español como del inglés, muchas no son pronunciadas de manera inadecuada.
		No existe adecuada vocalización	✓	
I N T E R A C C I O	Pide interacción al público para sus redes sociales	Si	✓	Manifiesta la interacción en sus redes sociales y las de su amiga.
		No		
	Pide interacción para nuevos videos	Si		No manifiesta interacción para nuevos videos.
		No	✓	
	Numero de Liques	46881		
	Numero de Disloques	1582		
	Uso de hashtag #	Si		No utiliza hashtag para crear tendencia en ninguna red social.
No		✓		

N				
---	--	--	--	--

Fuente: YouTube/Nancy Risol
(Investigador/a)

Elaborado por: Celena Ortiz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Para el quinto video se cuentan, el título y la información de la caja de la plataforma están escritas con letras mayúsculas y no respeta la reglas de ortografía, presenta su sencillez y la humildad a pesar de estar acompañado por su amiga, las dos usan la picardía y mezclan las diferentes palabras, en el video se presentan planos generales y 4 diferentes planos que muestran la figura de las personas, las tomas con movimientos, para la edición del video ya hay cortes precisos, adhieren sonidos que dan importancia a la escena. la vocalización es baja; la interacción que pide en sus videos es únicamente para redes sociales y de igual manera que en anteriores videos los likes sobrepasan a los dislikes, sin embargo, no usa hashtag para hacer tendencia.

La edición del video empieza a cambiar y tornarse más entretenida, debido al uso de transiciones que se aprecian, los movimientos y gestualidades dan a conocer e interpretar mejor los personajes que pretenden dar vida.

Tabla N° 7 Canal de YouTube/Nancy Risol, video seis.

Video N° 6 “LOS 5 CONSEJOS PARA TENER EXITO”					
					Observaciones
A S	Título del video	Nombre	Sencillo pero directo	✓	Es directo a lo que se va a dar en el video.

P E C T O S G E N E R A L E S			Extravagante			
		Utiliza sobrenombre	Si		No usa el sobrenombre	
			No	✓		
		Tipografía	Utiliza mayúsculas en toda la oración	✓	Toda la frase está escrita en mayúsculas quizá para darle más importancia al video.	
			Utiliza mayúsculas solo en las primeras palabras			
			Ninguna letra en mayúscula			
		Ortografía	Utiliza signos de ortografía		No usa ningún signo de ortografía.	
			No utiliza signos de ortografía	✓		
		Duración	Duración del video	De 1 a 8 minutos	✓	El tiempo de duración es de 5 minutos con 10 segundos.

			De 8 a 13 minutos		
			De 13 a 16 minutos		
Escenario			Construido con material extra		El escenario que presenta es fuera de una casa hecha de bareque y siguiendo con el escenario al aire libre.
			Escenario estilo televisivo		
			Al aire libre	✓	
			Escenario provisional	✓	
Vestuario	Vestimenta que utiliza	Formal (civil)		Vestuario tradicional con accesorios.	
		Informal (civil)			
		Tradicional	✓		
	Cambia de vestimenta en el video	Si		Utiliza el mismo vestuario.	
		No	✓		
		Si	✓		

		Utiliza vestimenta referente a su nacionalidad indígena (de ser sí cuales son estas)	No		Utiliza sombrero, anaco o pollera de color negro y una blusa lila con accesorios.
	Imagen	Imagen de la influencer	Sin maquillaje y de forma natural	✓	Se presenta de manera natural sin maquillaje y su cabello esta trenzado hacia abajo.
			Con maquillaje, etc.		
	Utiliza accesorios pertenecientes a su cultura (de ser sí cuales son)	Si	✓	Usa un rosario, sombrero y collar de colores llamativos.	
		No			
Caja de información	Utilización de texto con información	Si	✓	El texto que ella utiliza es: “hola babys... si quieren tener éxito en la vida tienen que seguir mis consejos al pie de la letra... LOS AMO MUCHO	
		No			

		sobre contactos de la influencer			SÍGANME EN MIS REDES SOCIALES BABYS :V facebook: https://www.facebook.com/nancyrisol/ instagram: https://www.instagram.com/nancy_risol/ También especifica la categoría a la que pertenece como Personas y blogs.
C O N T E N I D O	Introducción del video		Intro referencial y con saludo	✓	Tiene 20 segundos de ambientación de donde se encuentra y continua con el saludo.
			Directo al video		
	Sugerencia del tema a tratar en el video	Tema	Por interés del influencer	✓	El video es grabado por interés de ella.
			Por petición de suscriptores		
	Contexto del video	Contexto	Relación al tema	✓	Conforme al título y al contexto que maneja, tiene concordancia.
			Indirectamente se relaciona con el tema		

	Gestualidad		Lenguaje corporal y verbal	✓	Además de su voz utiliza sus manos, cada parte de su rostro, gestos y movimientos.		
			Solo lenguaje				
			Solo lenguaje corporal				
	Extrovertido/Introvertido		Influencer		Ambivertido		Muestra una manera de actuar bastante extrovertida, tiene acciones espontáneas y graciosas.
					Introvertido		
					Extrovertido	✓	
	Interpretación		Personajes		Uno o varios		No interpreta a ningún personaje.
					Ninguno	✓	
	Parodia		Existe parodia		Si	✓	Es cómica su manera de mostrarse a la cámara a pesar de sus palabras inapropiadas.
					No		
	Publicidad		Existe publicidad dentro del video		Si		No posee publicidad de ninguna marca que ella mencione.
					No	✓	
			Publicidad fuera del video		Si	✓	Existe una publicidad fuera del video. (adapted mind y Movistar)
					No		
	Actores		Existen más actores		Uno o varios		No participa otro actor.
ninguno					✓		
E D	Tomas		Generales		SI	✓	Las tomas generales están casi al final cuando hace el baile sexy.
					No		

I C I Ó N		Duración	De 5 a 10 segundos		Por lo general la mayoría de tomas duran más de 10 segundos, sin embargo, al comienzo del video el plano dura entre 5 y 8 segundos.
			Más de 10 segundos	✓	
	Planos		Usa de 1 a 4 planos		Utiliza 5 diferentes planos: Plano general Plano detalle Plano medio. Plano medio corto Primer plano.
			Usa de 5 a 8 planos	✓	
	Ángulos		Normal	✓	Utiliza el ángulo normal y picado en diferentes segundos del video.
			Picado	✓	
			Contrapicado		
	Movimiento de cámara		Estático		La cámara se mueve en diferentes ocasiones
			Se mueve	✓	
	Edición en el video		Si	✓	Tiene cambios entre toma y toma con más concordancia, transiciones y sonidos añadidos para dar enfoque al video.
			No		
	Música		Si	✓	La música es reemplazada por una apta para la plataforma.
			No		
Efectos de sonido		Si	✓		

		No		La voz no es transformada pero si tiene incrementado efectos de sonido como caídas etc.	
	Efectos de video (incluye letras, emoticones, etc.)	Si	✓	Al final del video se encuentra su foto para suscribirse al canal.	
		No			
L E N G U A J E	Jerga	Lenguaje	Formal (juvenil)		Su lenguaje es bastante informal usa frases y palabras no técnicas.
			Informal (juvenil)	✓	
		Uso de palabras extranjeras	Si	✓	Utiliza la palabra: hello que pertenece al inglés.
			No		
		Uso de vulgaridad	Si	✓	Utiliza demasiadas frases inapropiadas y soeces dentro del video.
			No		
		Uso de palabras Quichuas perteneciente a la cultura (de ser afirmativo, cuales son)	Si		No usa palabras del kichwa
			No	✓	
		Fluidez verbal	Si	✓	Tiene fluidez verbal baja.
			No		
		Utiliza refranes/ dichos/ versos	Si		No usa dichos ni refranes.
			No	✓	
		Redundancia de palabras o ideas	Si		No son tan claras las ideas que transmite.
			No	✓	
	Conexión de ideas o frases	Si	✓		

		No		Sus frases están fuera del contexto de una sociedad normal, utiliza muchas jergas y palabras sin sentido.
	Tono de voz	Alto	✓	Utiliza tonos más altos a los que se debería tener en videos.
		Normal		
		Bajo		
	Vocalización	Existe adecuada vocalización		Tanto en palabras del español como del inglés, muchas no son pronunciadas de manera inadecuada.
		No existe adecuada vocalización	✓	
I N T E R A C C I O	Pide interacción al público para sus redes sociales	Si	✓	Manifiesta la interacción en sus redes sociales.
		No		
	Pide interacción para nuevos videos	Si		No manifiesta interacción para nuevos videos.
		No	✓	
	Numero de Liques	56913		
	Numero de Disloques	1987		
	Uso de hashtag #	Si		No utiliza hashtag para crear tendencia en ninguna red social.
		No	✓	

N				
---	--	--	--	--

Fuente: YouTube/Nancy Risol
(Investigador/a)

Elaborado por: Celena Ortiz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

En el sexto video se aprecian errores básicos de los primeros videos, las reglas gramaticales no están presentes sin embargo informan sobre las redes sociales en las que existe contenido de la influencer, el escenario es improvisado fuera de una casa de bareque también se muestra al aire libre por varios segundos; su vestimenta es tradicional con varios accesorios y su imagen es natural sin maquillaje y con peinado normal, usa gestos de su rostro y movimientos de su cuerpo para comunicar, el video no cuenta con interna pero si con publicidad de la plataforma; la edición del video es más precisa, tiene planos generales y cuatro planos que destacan la figura de la influencer, los efectos de sonido están de acuerdo al video y haciendo énfasis a cosas fuera del video.

La jerga juvenil que usa tiene palabras vulgares y soeces al momento de hablarlas, la fluidez verbal es baja y hay redundancia en varios aspectos, que juegan un rol importante con la picardía que desea presentar al público, en vocalización aún falta trabajar por lo que algunas vocales se cambian al pronunciar; en la interacción con los visualizadores solo hay para las redes sociales y para que le escriban en diferentes ámbitos, el número de likes sobrepasa a los dislikes y no usa hashtag para hacer tendencia en la plataforma.

Tabla N° 8 Canal de YouTube/Nancy Risol, video siete.

--

Video N ^a 7 “MI HISTORIA EN LAS REDES SOCIALES NANCY RISOL 100k”					
					Observaciones
A S P E C T O S G E N E R A L E	Título del video	Nombre	Sencillo pero directo	✓	Es directo a lo que se va a dar en el video.
			Extravagante		
		Utiliza sobrenombre	Si		No usa el sobrenombre solo hace referencia a su nombre Nancy Risol.
			No	✓	
		Tipografía	Utiliza mayúsculas en toda la oración	✓	Toda la frase está escrita en mayúsculas quizá para darle más importancia al video.
			Utiliza mayúsculas solo en las primeras palabras		
			Ninguna letra en mayúscula		
		Ortografía	Utiliza signos de ortografía		No usa ningún signo de ortografía.

S			No utiliza signos de ortografía	✓	
	Duración	Duración del video	De 1 a 8 minutos		El tiempo de duración es de 13 minutos con 08 segundos.
			De 8 a 13 minutos		
			De 13 a 16 minutos	✓	
	Escenario		Construido con material extra		El escenario que presenta es al aire libre donde se aprecia toda la naturaleza.
			Escenario estilo televisivo		
			Al aire libre	✓	
			Escenario provisional		
	Vestuario	Vestimenta que utiliza	Formal (civil)		Su vestimenta que se puede visualizar es informal civil porque usa un buzo café y jean azul.
			Informal (civil)	✓	

			Tradicional		
	Cambia de vestimenta en el video	Si			Utiliza el mismo vestuario.
		No		✓	
	Utiliza vestimenta referente a su nacionalidad indígena (de ser sí cuales son estas)	Si		✓	Utiliza un rosario.
		No			
Imagen	Imagen de la influencer	Sin maquillaje y de forma natural		✓	Se presenta de manera natural sin maquillaje y su cabello recogido en coleta baja.
		Con maquillaje, etc.			
	Utiliza accesorios pertenecientes a	Si		✓	Usa un rosario.
No					

		su cultura (de ser sí cuales son)			
	Caja de información	Utilización de texto con información sobre contactos de la influencer	Si No	✓	El texto que ella utiliza es: “MUCHAS GRACIAS AMIG@S POR ESOS 100MIL SUSCRIPTORES LOS AMOR..! ESTOY MUY FELIZ Y AGRADECIDA POR ESTE GRAN LOGRO.. LOS AMO BABYS SÍGANME EN MIS REDES SOCIALES BABYS :V facebook: https://www.facebook.com/nancyrisol/ instagram: https://www.instagram.com/nancy_risol/ ” También especifica la categoría a la que pertenece como Personas y blogs.
C O N T E N I D O	Introducción del video		Intro referencial y con saludo	✓	Tiene 5 segundos de ambientación, el saludo y explicación del video.
			Directo al video		
	Sugerencia del tema a tratar en el video	Tema	Por interés del influencer	✓	El video es grabado por interés de ella.
			Por petición de suscriptores		

	Contexto del video	Contexto	Relación al tema	✓	Conforme al título y al contexto que maneja, tiene concordancia.
			Indirectamente se relaciona con el tema		
	Gestualidad		Lenguaje corporal y verbal	✓	Además de su voz utiliza sus manos, cada parte de su rostro, gestos y movimientos.
			Solo lenguaje		
			Solo lenguaje corporal		
	Extrovertido/Introvertido	Influencer	Ambivertido	✓	Muestra su manera de ser con momentos extrovertido e introvertidos, con carisma y serenidad.
			Introvertido		
			Extrovertido		
	Interpretación	Personajes	Uno o varios		No interpreta a ningún personaje.
			Ninguno	✓	
	Parodia	Existe parodia	Si	✓	Es cómica su manera de mostrarse a la cámara a pesar de sus palabras inapropiadas.
			No		
	Publicidad	Existe publicidad dentro del video	Si		No posee publicidad de ninguna marca que ella mencione.
			No	✓	
			Si	✓	

		Publicidad fuera del video	No		Existe 4 publicidades fuera del video. (Netflix entre otras marcas reconocidas)	
	Actores	Existen más actores	Uno o varios ninguno	✓	No participa otro actor.	
E D I C I Ó N	Tomas	Generales	SI	✓	Al final del video se aprecia la figura completa.	
			No			
		Duración	De 5 a 10 segundos		✓	Por lo general la mayoría de tomas duran más de 10 segundos, sin embargo, al comienzo del video los planos duran entre 5 y 8 segundos.
			Más de 10 segundos			
	Planos		Usa de 1 a 4 planos		✓	Utiliza 4 diferentes planos: Plano general Plano medio. Plano medio corto Primer plano.
			Usa de 5 a 8 planos			
	Ángulos		Normal		✓	Utiliza el ángulo normal y picado en diferentes segundos del video.
			Picado		✓	
			Contrapicado			
	Movimiento de cámara		Estático			La cámara se mueve en diferentes ocasiones
		Se mueve		✓		
	Edición en el video		Si	✓		

			No		Tiene cambios entre toma y toma con más concordancia, transiciones, adhesivos y sonidos añadidos para dar enfoque al video.
	Música		Si	✓	La música es reemplazada por una apta para la plataforma.
			No		
	Efectos de sonido		Si	✓	La voz no es transformada pero si tiene incrementado efectos de sonido como caídas etc.
			No		
	Efectos de video (incluye letras, emoticones, etc.)		Si	✓	Tiene emojis a lo largo del video y al final del video se encuentra su foto para suscribirse al canal.
			No		
L E N G U A J E	Jerga	Lenguaje	Formal (juvenil)		Su lenguaje es bastante informal usa frases y palabras no técnicas.
			Informal (juvenil)	✓	
	Uso de palabras extranjeras	Si		No usa palabras extranjeras.	
		No	✓		
	Uso de vulgaridad	Si	✓	Utiliza demasiadas frases inapropiadas y soeces dentro del video.	
		No			
	Uso de palabras Quichuas perteneciente a la cultura (de ser afirmativo, cuales son)	Si		No usa palabras del kichwa	
		No	✓		
	Fluidez verbal	Si	✓	Tiene fluidez verbal baja.	
		No			

	Utiliza refranes/ dichos/ versos	Si		No usa dichos ni refranes.
		No	✓	
	Redundancia de palabras o ideas	Si		No son tan claras las ideas que transmite.
		No	✓	
	Conexión de ideas o frases	Si	✓	Sus frases están conectas debido al tema que trata.
		No		
	Tono de voz	Alto		Es un tono adecuado de voz al grabar ese tipo de videos.
		Normal	✓	
		Bajo		
	Vocalización	Existe adecuada vocalización		Tanto en palabras del español como del inglés, muchas no son pronunciadas de manera inadecuada.
		No existe adecuada vocalización	✓	
	I N T E R A	Pide interacción al público para sus redes sociales	Si	✓
No				
Pide interacción para nuevos videos		Si		No manifiesta interacción para nuevos videos.
		No	✓	
Numero de Liques		108431		
Numero de Disloques	1944			

C C I O N	Uso de hashtag #	Si		No utiliza hashtag para crear tendencia en ninguna red social.
		No	✓	

Fuente: YouTube/Nancy Risol
(Investigador/a)

Elaborado por: Celena Ortiz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

En el séptimo video se puede interpretar de manera más real la historia que cuenta, acompañada de su gestualidad y picardía, hace que el contenido del video sea entretenido, presenta mejoras en el video por lo que cada sonido incrustado permiten sensibilizar la perspectiva del consumidor y así captar su interés para próximos contenidos, además especifica su trabajo por las redes sociales, como empezó y la motivación que recibe cuando encuentra sus redes con reacciones de los espectadores.

Para el contenido hay una introducción de 8 segundos en donde se aprecia la vista del escenario, el saludo y la explicación del video, interactúa con los suscriptores, indica que no tenía conocimiento sobre videos y en que personas se basó para ella tener sus inicios, habla y cuenta su vida de donde es y a que comunidad indígena pertenece, no especifica si el video es por petición de los suscriptores, el carisma y la gestualidad que tiene con su rostro y los movimientos de sus manos, expresan la serenidad de este video. La publicidad de este video viene por defecto de la plataforma, no tiene parodia y tampoco tiene más personajes que interprete; el contenido tiene ediciones avanzadas, el corte de tomas es preciso, los ángulos y planos que abarcan marcan la figura y realidad de la influencer, tiene stickers, efectos de sonido y adhesivos que empujan a tener una mejor experiencia para quienes consumen de este material.

Tabla N° 9 Canal de YouTube/Nancy Risol, video ocho.

Video N° 8 “COMO CONSEGUIR UN NOVIO HERMOSO”						
					Observaciones	
A S P E C	Título del video	Nombre	Sencillo pero	✓	Es directo a lo que se va a dar en el video.	
			directo			
		Utiliza sobrenombre	Si			No usa sobrenombres.
			No	✓		

T O S G E N E R A L E S		Tipografía	Utiliza mayúsculas en toda la oración	✓	Toda la frase está escrita en mayúsculas quizá para darle más importancia al video.	
			Utiliza mayúsculas solo en las primeras palabras			
			Ninguna letra en mayúscula			
		Ortografía	Utiliza signos de ortografía			No usa ningún signo de ortografía.
			No utiliza signos de ortografía	✓		
	Duración	Duración del video	De 1 a 8 minutos	✓	El tiempo de duración es de 05 minutos con 47 segundos.	
			De 8 a 13 minutos			
			De 13 a 16 minutos			

	Escenario		Construido con material extra		El escenario que presenta es afuera de una casa de bareque.
			Escenario estilo televisivo		
			Al aire libre		
			Escenario provisional	✓	
Vestuario	Vestimenta que utiliza	Formal (civil)		Su vestimenta es tradicional de la nacionalidad indígena.	
		Informal (civil)			
		Tradicional	✓		
	Cambia de vestimenta en el video	Si		Utiliza el mismo vestuario.	
		No	✓		
	Utiliza vestimenta referente a su nacionalidad indígena (de ser	Si	✓	Anaco o pollera de color negro, blusa morada y accesorios.	
No					

		sí cuales son estas)			
	Imagen	Imagen de la influencer	Sin maquillaje y de forma natural	✓	Se presenta de manera natural sin maquillaje y su recogido en trenza caída.
			Con maquillaje, etc.		
	Utiliza accesorios pertenecientes a su cultura (de ser sí cuales son)	Si	✓	Collar de colores y un sombrero.	
		No			
Caja de información	Utilización de texto con información sobre contactos de la influencer	Si	✓	El texto que ella utiliza es: “ALGUNOS TIPS PARA TODAS AQUELLAS MUJERES QUE AUN NO CONSIGUEN UN NOVIO... SIGUE MIS CONSEJOS UN DIA CONSEGUIRÁS UN NOVIO HERMOSO. SÍGANME EN MIS REDES SOCIALES BABYS :V facebook: https://www.facebook.com/nancyrisol/ instagram: https://www.instagram.com/nancy_risol/ ”	

					También especifica la categoría a la que pertenece como Personas y blogs.
C O N T E N I D O	Introducción del video		Intro referencial y con saludo	✓	La intro es directa con saludo al inicio.
			Directo al video		
	Sugerencia del tema a tratar en el video	Tema	Por interés del influencer	✓	El video es grabado por interés de ella.
			Por petición de suscriptores		
	Contexto del video	Contexto	Relación al tema	✓	Conforme al título y al contexto que maneja, tiene concordancia.
			Indirectamente se relaciona con el tema		
	Gestualidad		Lenguaje corporal y verbal	✓	Además de su voz utiliza sus manos, cada parte de su rostro, gestos y movimientos.
			Solo lenguaje		

			Solo lenguaje corporal		
	Extrovertido/Introvertido	Influencer	Ambivertido		Su manera de ser es divertida, graciosa.
			Introvertido		
			Extrovertido	✓	
	Interpretación	Personajes	Uno o varios		No interpreta a ningún personaje.
			Ninguno	✓	
	Parodia	Existe parodia	Si	✓	Es cómica su manera de mostrarse a la cámara a pesar de sus palabras inapropiadas.
			No		
	Publicidad	Existe publicidad dentro del video	Si		No posee publicidad de ninguna marca que ella mencione.
			No	✓	
		Publicidad fuera del video	Si	✓	Existe 2 publicidades fuera del video con marcas reconocidas.
			No		
	Actores	Existen más actores	Uno o varios		No participa otro actor.
			ninguno	✓	
E D I C I Ó	Tomas	Generales	SI		No tiene planos generales.
			No	✓	
		Duración	De 5 a 10 segundos		L a mayoría de tomas duran más de 10 segundos, sin embargo, al comienzo del video los planos duran entre 5 y 8 segundos.
			Más de 10 segundos	✓	

N	Planos	Usa de 1 a 4 planos		Utiliza 4 diferentes planos: Plano $\frac{3}{4}$ Plano medio. Plano medio corto Primer plano.
		Usa de 5 a 8 planos	✓	
	Ángulos	Normal	✓	Utiliza el ángulo normal y picado en diferentes segundos del video.
		Picado	✓	
		Contrapicado		
	Movimiento de cámara	Estático		La cámara se mueve en diferentes ocasiones
		Se mueve	✓	
	Edición en el video	Si	✓	Tiene cambios entre toma y toma con más concordancia, transiciones, agrega videos antes grabados compartiendo pantalla, adhesivos y sonidos añadidos para dar enfoque al video.
		No		
	Música	Si	✓	La música es reemplazada por una apta para la plataforma.
		No		
	Efectos de sonido	Si	✓	La voz no es transformada, pero si tiene incrementado efectos de sonido.
		No		
	Efectos de video (incluye letras, emoticones, etc.)	Si	✓	Tiene emojis a lo largo del video y al final del video se encuentra su foto para suscribirse al canal.
No				

L E N G U A J E	Jerga	Lenguaje	Formal (juvenil)		Su lenguaje es bastante informal usa frases y palabras no técnicas.
			Informal (juvenil)	✓	
		Uso de palabras extranjeras	Si	✓	
	No				
	Uso de vulgaridad	Si	✓	Utiliza demasiadas frases inapropiadas y soeces dentro del video.	
		No			
	Uso de palabras Quichuas perteneciente a la cultura (de ser afirmativo, cuales son)	Si		No usa palabras del kichwa	
		No	✓		
	Fluidez verbal	Si	✓	Tiene fluidez verbal baja.	
		No			
	Utiliza refranes/ dichos/ versos	Si		No usa dichos ni refranes.	
		No	✓		
	Redundancia de palabras o ideas	Si		No son tan claras las ideas que transmite.	
		No	✓		
	Conexión de ideas o frases	Si	✓	Sus frases están conectas debido al tema que trata.	
		No			
	Tono de voz	Alto		Es un tono adecuado de voz al grabar ese tipo de videos.	
		Normal	✓		
		Bajo			

	Vocalización	Existe adecuada vocalización		Tanto en palabras del español como del inglés, muchas no son pronunciadas de manera inadecuada.
		No existe adecuada vocalización	✓	
I N T E R A C C I O N	Pide interacción al público para sus redes sociales	Si	✓	Manifiesta la interacción en sus redes sociales.
		No		
	Pide interacción para nuevos videos	Si		No manifiesta interacción para nuevos videos.
		No	✓	
	Numero de Liques	181264		
	Numero de Disloques	6297		
	Uso de hashtag #	Si		No utiliza hashtag para crear tendencia en ninguna red social.
No		✓		

Fuente: YouTube/Nancy Risol
(Investigador/a)

Elaborado por: Celena Ortiz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Los aspectos en análisis de este video son las reglas gramaticales con las que informa su paso por varias redes sociales, además en este se concreta consejos y opciones, el vestuario es tradicional con varios accesorios que lo componen, se presenta de manera natural sin maquillaje y su peinado es típico de su nacionalidad; el escenario es fuera de una casa de bareque y compuesta por diferentes objetos que se añaden en el transcurso del video.

En el contenido se empieza por unos segundos de ambientación y el saludo de la influencer, no especifica la sugerencia del video lo explica y continua, el contexto del video se maneja de manera adecuada, el uso de gestos con su rostro, el movimiento de manos y cuerpo expresan la euforia, la parodia y lo extrovertido que es hacer videos frente a una cámara, no interpreta personaje en específico y se muestra como es; la publicidad esta por defecto fuera del video. En este contenido no se maneja planos generales, sin embargo, se manejan 4 planos diferentes en los que se marca la figura de la influencer, los ángulos usados son básicos, picado y normal, la mayor parte de las tomas son estáticas y tienen ligeros movimientos; para la edición se cuenta con adhesivos, stickers y cortes precisos para conectar las interpretaciones, los efectos de sonido van acorde a los hechos.

Tabla N° 10 Canal de YouTube/Nancy Risol, video ocho.

Video N° 9 “Así es mi vida como INLFUENCER Nancy Risol”					
				Observaciones	
A S P E C	Título del video	Nombre	Sencillo pero directo	✓	Es directo a lo que se va a dar en el video.
			Extravagante		
		Utiliza sobrenombre	Si		No usa sobrenombres solo resalta el propio.
			No	✓	

T O S G E N E R A L E S		Tipografía	Utiliza mayúsculas en toda la oración		El Título tiene la primera letra en mayúscula, la palabra influencer y las primeras letras de su nombre.	
			Utiliza mayúsculas solo en las primeras palabras	✓		
			Ninguna letra en mayúscula			
		Ortografía	Utiliza signos de ortografía			No usa ningún signo de ortografía.
			No utiliza signos de ortografía	✓		
	Duración	Duración del video	De 1 a 8 minutos		El tiempo de duración es de 10 minutos con 04 segundos.	
			De 8 a 13 minutos	✓		
			De 13 a 16 minutos			

	Escenario		Construido con material extra		El escenario que presenta es al aire libre con la naturaleza, dentro de una casa y fuera de una casa de cemento.
			Escenario estilo televisivo		
			Al aire libre	✓	
			Escenario provisional	✓	
Vestuario	Vestimenta que utiliza	Formal (civil)		Su vestimenta es tradicional de la nacionalidad indígena.	
		Informal (civil)			
		Tradicional	✓		
	Cambia de vestimenta en el video	Si		Utiliza el mismo vestuario.	
		No	✓		
	Utiliza vestimenta referente a su nacionalidad indígena (de ser	Si	✓	Anaco o pollera de color negro, blusa morada y accesorios.	
No					

		sí cuales son estas)			
	Imagen	Imagen de la influencer	Sin maquillaje y de forma natural	✓	Se presenta de manera natural sin maquillaje y su recogido en trenza caída.
			Con maquillaje, etc.		
	Utiliza accesorios pertenecientes a su cultura (de ser sí cuales son)	Si	✓	Utiliza un sombrero.	
		No			
Caja de información	Utilización de texto con información sobre contactos de la influencer	Si	✓	El texto que ella utiliza es: “CONOZCAN MI VIDA COMO INFLUENCER, DESDE QUE HAGO VÍDEOS CON MI FIRULAIS TODO A CAMBIADO.. GRACIAS AMIGOS! SÍGANME EN MIS REDES SOCIALES BABYS :V facebook: https://www.facebook.com/nancyrisol/ instagram: https://www.instagram.com/nancy_risol/ ”	

					También especifica la categoría a la que pertenece como Personas y blogs.
C O N T E N I D O	Introducción del video		Intro referencial y con saludo	✓	La intro tiene ambientación por varios segundos, saluda explica y comienza el video.
			Directo al video		
	Sugerencia del tema a tratar en el video	Tema	Por interés del influencer	✓	El video es grabado por interés de ella.
			Por petición de suscriptores		
	Contexto del video	Contexto	Relación al tema	✓	Conforme al título y al contexto que maneja, tiene concordancia.
			Indirectamente se relaciona con el tema		
	Gestualidad		Lenguaje corporal y verbal	✓	Además de su voz utiliza sus manos, cada parte de su rostro, gestos y movimientos.
			Solo lenguaje		

			Solo lenguaje corporal		
	Extrovertido/Introvertido	Influencer	Ambivertido		Su manera de ser es divertida, graciosa.
			Introvertido		
			Extrovertido	✓	
	Interpretación	Personajes	Uno o varios		No interpreta a ningún personaje.
			Ninguno	✓	
	Parodia	Existe parodia	Si	✓	Es cómica su manera de mostrarse a la cámara a pesar de sus palabras inapropiadas.
			No		
	Publicidad	Existe publicidad dentro del video	Si		No posee publicidad de ninguna marca que ella mencione.
			No	✓	
		Publicidad fuera del video	Si	✓	Existe 2 publicidades fuera del video con marcas reconocidas.
			No		
	Actores	Existen más actores	Uno o varios		No participa otro actor.
			ninguno	✓	
E D I C I Ó	Tomas	Generales	SI	✓	Los planos generales son al comienzo del video
			No		
		Duración	De 5 a 10 segundos		L a mayoría de tomas duran más de 10 segundos, sin embargo, al comienzo del video los planos duran entre 5 y 8 segundos.
			Más de 10 segundos	✓	

N	Planos	Usa de 1 a 4 planos		Utiliza 6 diferentes planos: Plano general Plano $\frac{3}{4}$ Plano medio. Plano medio corto Primer plano Plano detalle.	
		Usa de 5 a 8 planos	✓		
	Ángulos	Normal	✓		Utiliza el ángulo normal y picado en diferentes segundos del video.
		Picado	✓		
		Contrapicado			
	Movimiento de cámara	Estático			La cámara se mueve en diferentes ocasiones
		Se mueve	✓		
	Edición en el video	Si	✓		Tiene cambios entre toma y toma con más concordancia, transiciones, agrega videos antes grabados compartiendo pantalla, juega con la velocidad de las tomas y con los colores, adhesivos y sonidos añadidos para dar enfoque al video.
		No			
	Música	Si	✓		La música es reemplazada por una apta para la plataforma.
		No			
	Efectos de sonido	Si	✓		La voz no es transformada, pero si tiene incrementado efectos de sonido.
		No			

	Efectos de video (incluye letras, emoticones, etc.)		Si	✓	Tiene emojis a lo largo del video y al final del video se encuentra su foto para suscribirse al canal.
			No		
L E N G U A J E	Jerga	Lenguaje	Formal (juvenil)		Su lenguaje es bastante informal usa frases y palabras no técnicas.
			Informal (juvenil)	✓	
		Uso de palabras extranjeras	Si	✓	Usa palabras como hello, thank you so much y unboxing.
			No		
	Uso de vulgaridad	Si	✓	Utiliza demasiadas frases inapropiadas y soeces dentro del video.	
		No			
	Uso de palabras Quichuas perteneciente a la cultura (de ser afirmativo, cuales son)	Si		No usa palabras del kichwa	
		No	✓		
	Fluidez verbal	Si	✓	Tiene fluidez verbal baja.	
		No			
	Utiliza refranes/ dichos/ versos	Si		No usa dichos ni refranes.	
		No	✓		
	Redundancia de palabras o ideas	Si		No son tan claras las ideas que transmite.	
		No	✓		
Conexión de ideas o frases	Si	✓	Sus frases están conectas debido al tema que trata.		
	No				
Tono de voz	Alto		Es un tono adecuado de voz al grabar ese tipo de videos.		

		Normal	✓	
		Bajo		
	Vocalización	Existe adecuada vocalización		Tanto en palabras del español como del inglés, muchas no son pronunciadas de manera inadecuada.
		No existe adecuada vocalización	✓	
I N T E R A C C I O N	Pide interacción al público para sus redes sociales	Si	✓	Manifiesta la interacción en sus redes sociales.
		No		
	Pide interacción para nuevos videos	Si		No manifiesta interacción para nuevos videos.
		No	✓	
	Numero de Liques	160932		
	Numero de Disloques	4046		
	Uso de hashtag #	Si		No utiliza hashtag para crear tendencia en ninguna red social.
		No	✓	

Fuente: YouTube/Nancy Risol
(Investigador/a)

Elaborado por: Celena Ortiz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Analizando el noveno video se puede identificar los errores gramaticales con los que informa a la comunidad, la humildad y sencillez de presentar siempre el mismo paisaje en su pequeña casa de bareque, incluso el vestuario acompaña a la figura indígena que presenta, la vida de un verdadero influencer es la temática del video, y de tal manera muestra cada uno de los objetos que le ha dejado la riqueza, se muestra de manera natural, se aprecia la gestualidad de su rostro, los movimientos del cuerpo y la comunicación que tiene con su público, se muestra extrovertida, eufórica e incrementa la parodia en sus actividades sin interpretar ningún personaje.

Para la edición y proceso de producción, se notan falencias, sin embargo, los procedimientos se ven llevado de mejor manera, la jerga y palabras que mezcla le da sentido al entretenimiento que brinda, sus movimientos acompañan la comunicación que da; la interacción con los suscriptores es únicamente para las redes sociales y las reacciones con like en el video, sin excepción los likes sobrepasan a los dislikes en este video sin generar hashtag y tendencia.

Tabla N° 11 Canal de YouTube/Nancy Risol, video diez

Video N° 10 “GRACIAS A FIRULAIS Y AMI TORO NANCY RISOL PLACA 100K”					
				Observaciones	
A S P E	Título del video	Nombre	Sencillo pero directo	✓	Es directo a lo que se va a dar en el video.
			Extravagante		
			Si		No usa sobrenombres solo resalta el propio.

C T O S G E N E R A L E S		Utiliza sobrenombre	No	✓		
		Tipografía	Utiliza mayúsculas en toda la oración	✓	Todo el título está escrito en letras mayúsculas.	
			Utiliza mayúsculas solo en las primeras palabras			
			Ninguna letra en mayúscula			
		Ortografía	Utiliza signos de ortografía		No usa ningún signo de ortografía.	
			No utiliza signos de ortografía	✓		
		Duración	Duración del video	De 1 a 8 minutos		El tiempo de duración es de 10 minutos con 51 segundos.
				De 8 a 13 minutos	✓	

			De 13 a 16 minutos		
Escenario			Construido con material extra		El escenario que presenta es en una casa de cemento, seguida por el campo al aire libre.
			Escenario estilo televisivo		
			Al aire libre	✓	
			Escenario provisional	✓	
Vestuario	Vestimenta que utiliza		Formal (civil)		Su vestimenta es un jean de color negro, blusa negra y chaqueta café.
			Informal (civil)	✓	
			Tradicional		
	Cambia de vestimenta en el video		Si		Utiliza el mismo vestuario.
			No	✓	
	Utiliza vestimenta referente a su		Si		No lleva accesorios.
No			✓		

		nacionalidad indígena (de ser sí cuales son estas)			
Imagen	Imagen de la influencer	Sin maquillaje y de forma natural	✓		Se presenta de manera natural sin maquillaje y su cabello recogido hacia atrás.
		Con maquillaje, etc.			
	Utiliza accesorios pertenecientes a su cultura (de ser sí cuales son)	Si		No usa accesorios.	
		No	✓		
Caja de información	Utilización de texto con información sobre contactos de la influencer	Si	✓		El texto que ella utiliza es: “MUCHAS GRACIAS MIS BABYS.. LOS AMO MUCHO.. ME SIENTO MUY FELIZ POR ESTE LOGRO.. LO CONSEGUIMOS... GRACIAS FIRULAIS Y GRACIAS MI TORO SÍGANME EN MIS REDES SOCIALES BABYS :V facebook: https://www.facebook.com/nancyrisol/
		No			

				<p>instagram:https://www.instagram.com/nancy_risol/” Redes sociales de Pedrito FACEBOOK: https://www.facebook.com/AhoraPit/ Instagram personal: https://www.instagram.com/ahora_pit Facebook Persona: https://www.facebook.com/pedro.tene.75 Redes sociales de Luchito: https://www.youtube.com/channel/Ucwii.. INSTAGRAM: https://www.instagram.com/edis_vlogs/ Redes de la Ruth Facebook: https://www.facebook.com/ruth.guaman.311 Youtube: https://youtube.com/channel/UC1uH Instagram: https://www.instagram.com/ruthguam/ Canal de Aparato YOUTUBE: https://youtube.com/channel/UCEK-... INSTAGRAM: www.instagram.com/el_aparatito</p> <p>También especifica la categoría a la que pertenece como Personas y blogs.</p>
--	--	--	--	--

C O N T E N I D O	Introducción del video		Intro referencial y con saludo	✓	La intro es directa con el saludo y explica el video brevemente.
			Directo al video		
	Sugerencia del tema a tratar en el video	Tema	Por interés del influencer	✓	El video es grabado por interés de ella.
			Por petición de suscriptores		
	Contexto del video	Contexto	Relación al tema	✓	Conforme al título y al contexto que maneja, tiene concordancia.
			Indirectamente se relaciona con el tema		
	Gestualidad		Lenguaje corporal y verbal	✓	Además de su voz utiliza sus manos, cada parte de su rostro, gestos y movimientos.
			Solo lenguaje		
			Solo lenguaje corporal		
	Extrovertido/Introvertido	Influencer	Ambivertido		Su manera de ser es divertida, graciosa.

			Introvertido		
			Extrovertido	✓	
	Interpretación	Personajes	Uno o varios		No interpreta a ningún personaje.
			Ninguno	✓	
	Parodia	Existe parodia	Si	✓	Es cómica su manera de mostrarse a la cámara a pesar de sus palabras inapropiadas.
			No		
	Publicidad	Existe publicidad dentro del video	Si	✓	La única marca que reconoce dentro del video es YouTube.
			No		
		Publicidad fuera del video	Si	✓	Existe 2 publicidades fuera del video con marcas reconocidas.
			No		
	Actores	Existen más actores	Uno o varios	✓	Participan:
			ninguno		
E D I C I Ó N	Tomas	Generales	SI	✓	Al final del video se reúnen todos y se da tomas generales.
			No		
		Duración	De 5 a 10 segundos		
	Más de 10 segundos		✓	L a mayoría de tomas duran más de 10 segundos, sin embargo, al comienzo del video los planos duran entre 5 y 8 segundos.	
	Planos		Usa de 1 a 4 planos		Utiliza 6 diferentes planos: Plano $\frac{3}{4}$

			Usa de 5 a 8 planos	✓	Plano medio. Plano medio corto Primer plano Plano detalle.
	Ángulos		Normal	✓	Utiliza el ángulo normal y picado en diferentes segundos del video.
			Picado	✓	
			Contrapicado		
	Movimiento de cámara		Estático		La cámara se mueve en diferentes ocasiones
			Se mueve	✓	
	Edición en el video		Si	✓	Tiene cambios entre toma y toma con más concordancia, transiciones, juega con la velocidad de las tomas y con los colores y sonidos añadidos para dar enfoque al video.
			No		
	Música		Si	✓	La música es reemplazada por una apta para la plataforma.
			No		
	Efectos de sonido		Si	✓	La voz no es transformada, pero si tiene incrementado efectos de sonido.
			No		
	Efectos de video (incluye letras, emoticones, etc.)		Si	✓	Al final del video se encuentra su foto para suscribirse al canal.
			No		
L E	Jerga	Lenguaje	Formal (juvenil)		Su lenguaje es bastante informal usa frases y palabras no técnicas.

N G U A J E			Informal (juvenil)	✓	
		Uso de palabras extranjeras	Si	✓	Usa palabras como hello, thank you so much y unboxing.
			No		
		Uso de vulgaridad	Si	✓	Utiliza demasiadas frases inapropiadas y soeces dentro del video.
			No		
		Uso de palabras Quichuas perteneciente a la cultura (de ser afirmativo, cuales son)	Si		No usa palabras del kichwa
			No	✓	
		Fluidez verbal	Si	✓	Tiene fluidez verbal baja.
			No		
		Utiliza refranes/ dichos/ versos	Si		No usa dichos ni refranes.
			No	✓	
		Redundancia de palabras o ideas	Si		No son tan claras las ideas que transmite.
			No	✓	
		Conexión de ideas o frases	Si	✓	Sus frases están conectas debido al tema que trata.
			No		
		Tono de voz	Alto		Es un tono adecuado de voz al grabar ese tipo de videos.
			Normal	✓	
			Bajo		

	Vocalización	Existe adecuada vocalización		Tanto en palabras del español como del inglés, muchas no son pronunciadas de manera inadecuada.
		No existe adecuada vocalización	✓	
I N T E R A C C I O N	Pide interacción al público para sus redes sociales	Si	✓	Manifiesta la interacción en sus redes sociales y la de sus amigos.
		No		
	Pide interacción para nuevos videos	Si		No manifiesta interacción para nuevos videos.
		No	✓	
	Numero de Liques	372981		
	Numero de Disloques	10952		
	Uso de hashtag #	Si		No utiliza hashtag para crear tendencia en ninguna red social.
No		✓		

Fuente: YouTube/Nancy Risol
(Investigador/a)

Elaborado por: Celena Ortiz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

El análisis del décimo video la influencer muestra al público la placa de los 100.000 suscriptores en la plataforma, agrega más detalles e información a su historia antes contada y agradece a sus amigos cercanos por la motivación y ayuda que recibe, los escenarios que muestra es fuera de una casa de cemento y al aire libre, con diferentes objetos construye algo más acogedor, el vestuario que tiene es informal juvenil. La introducción del video es directa, existe parodia y euforia por la creación, pese a ser un video serio, varios personajes aparecen en el contenido: AhoraPit, Edievlogs, Ruth Guamán, Aparato y sus hermanos.

El lenguaje que utiliza es vulgar sin embargo las expresiones que da tienen coherencia y conexión entre ellas, no usa palabras en kichwa pero si mezcla el inglés con el español, el tono de voz es adecuado para el video y la fluidez verbal mejora en el transcurso; la interacción con los suscriptores es específicamente para las redes sociales y las reacciones con like que estos sobrepasan a los dislikes que se obtuvo, no genera hashtag por lo que no tiene tendencia en la plataforma,

Tabla N° 12 Canal de YouTube/Nancy Risol, video once.

Video N° 11 “CONOZCAN MI PENTHOUSE NANCY RISOL”					
				Observaciones	
A S P E C	Título del video	Nombre	Sencillo pero directo	✓	Es directo a lo que se va a dar en el video.
			Extravagante		
		Utiliza sobrenombre	Si		No usa sobrenombres solo resalta el propio.
			No	✓	

T O S G E N E R A L E S		Tipografía	Utiliza mayúsculas en toda la oración	✓	Todo el título está escrito en letras mayúsculas.	
			Utiliza mayúsculas solo en las primeras palabras			
			Ninguna letra en mayúscula			
		Ortografía	Utiliza signos de ortografía			No usa ningún signo de ortografía.
			No utiliza signos de ortografía	✓		
	Duración	Duración del video	De 1 a 8 minutos		El tiempo de duración es de 10 minutos con 19 segundos.	
			De 8 a 13 minutos	✓		
			De 13 a 16 minutos			

	Escenario		Construido con material extra		El escenario que presenta es fuera de una casa de bareque y luego dentro de la misma casa.
			Escenario estilo televisivo		
			Al aire libre	✓	
			Escenario provisional	✓	
	Vestuario	Vestimenta que utiliza	Formal (civil)		Vestimenta tradicional con accesorios.
			Informal (civil)		
			Tradicional	✓	
		Cambia de vestimenta en el video	Si		Utiliza el mismo vestuario.
			No	✓	
		Utiliza vestimenta referente a su nacionalidad indígena (de ser	Si	✓	Anaco o pollera de color negro y blusa de color morado con bordados.
No					

		sí cuales son estas)			
	Imagen	Imagen de la influencer	Sin maquillaje y de forma natural	✓	Se presenta de manera natural sin maquillaje y su cabello recogido hacia atrás.
			Con maquillaje, etc.		
	Utiliza accesorios pertenecientes a su cultura (de ser sí cuales son)	Si	✓	Collar de colores, ligas de cabello de colores y aretes largos.	
		No			
Caja de información	Utilización de texto con información sobre contactos de la influencer	Si	✓	El texto que ella utiliza es: “LES PRESENTO MI MILLONARIA CASA, ESTÁN INVITAS SI DESEAN CONOCERLA JAJAJA, MIL DISCULPAS POR FALLAS TECNICAS EN MI CABEZA NO PUDE SER CONSTANTE, LOS QUIERO BABYS.. (Amig@s aclarar que esta es la casa en donde grabo con mis amigos, no es mi casa donde vivo, ojala algún día les presente mi casa xD jaja)	
No					

					SÍGANME EN MIS REDES SOCIALES BABYS :V facebook: https://www.facebook.com/nancyrisol/ instagram: https://www.instagram.com/nancy_risol/ También especifica la categoría a la que pertenece como Personas y blogs.
C O N T E N I D O	Introducción del video		Intro referencial y con saludo	✓	La intro es directa con el saludo y explica el video brevemente.
			Directo al video		
	Sugerencia del tema a tratar en el video	Tema	Por interés del influencer		El video se grabó porque los suscriptores querían ver algo en el canal, no fue tema sugerido.
			Por petición de suscriptores	✓	
	Contexto del video	Contexto	Relación al tema	✓	Conforme al título y al contexto que maneja, tiene concordancia.
			Indirectamente se relaciona con el tema		

	Gestualidad		Lenguaje corporal y verbal	✓	Además de su voz utiliza sus manos, cada parte de su rostro, gestos y movimientos.
			Solo lenguaje		
			Solo lenguaje corporal		
	Extrovertido/Introvertido	Influencer	Ambivertido		Su manera de ser es divertida, graciosa.
			Introvertido		
			Extrovertido	✓	
	Interpretación	Personajes	Uno o varios		No interpreta a ningún personaje.
			Ninguno	✓	
	Parodia	Existe parodia	Si	✓	Es cómica su manera de mostrarse a la cámara a pesar de sus palabras inapropiadas.
			No		
	Publicidad	Existe publicidad dentro del video	Si		No menciona ninguna marca en específico.
			No	✓	
		Publicidad fuera del video	Si	✓	Existe 2 publicidades fuera del video con marcas reconocidas.
			No		
	Actores	Existen más actores	Uno o varios		No hay más personajes.
ninguno			✓		
E D	Tomas	Generales	SI	✓	Al final del video ella despide el video y se abre al plano general.
			No		

I C I Ó N		Duración	De 5 a 10 segundos		L a mayoría de tomas duran más de 10 segundos, sin embargo, al comienzo del video los planos duran entre 5 y 8 segundos.	
			Más de 10 segundos	✓		
	Planos		Usa de 1 a 4 planos		Utiliza 7 diferentes planos: Plano general Plano $\frac{3}{4}$ Plano medio. Plano medio corto Primer plano Plano detalle.	
			Usa de 5 a 8 planos	✓		
	Ángulos		Normal		✓	Utiliza el ángulo normal y picado en diferentes segundos del video.
			Picado		✓	
			Contrapicado			
	Movimiento de cámara		Estático			La cámara se mueve en diferentes ocasiones
			Se mueve		✓	
	Edición en el video		Si		✓	Tiene cambios entre toma y toma con más concordancia, transiciones, juega con la velocidad de las tomas y con los colores y sonidos añadidos para dar enfoque al video.
			No			
	Música		Si		✓	La música es reemplazada por una apta para la plataforma.
			No			

	Efectos de sonido		Si	✓	La voz no es transformada, pero si tiene incrementado efectos de sonido.
			No		
	Efectos de video (incluye letras, emoticones, etc.)		Si	✓	Al final del video se encuentra su foto para suscribirse al canal.
			No		
L E N G U A J E	Jerga	Lenguaje	Formal (juvenil)		Su lenguaje es bastante informal usa frases y palabras no técnicas.
			Informal (juvenil)	✓	
		Uso de palabras extranjeras	Si	✓	Usa palabras como hello, thank you so much, penthouse y make up.
			No		
	Uso de vulgaridad		Si	✓	Utiliza demasiadas frases inapropiadas y soeces dentro del video.
			No		
	Uso de palabras Quichuas perteneciente a la cultura (de ser afirmativo, cuales son)		Si		No usa palabras del kichwa
			No	✓	
	Fluidez verbal		Si	✓	Tiene fluidez verbal baja.
			No		
	Utiliza refranes/ dichos/ versos		Si		No usa dichos ni refranes.
			No	✓	
	Redundancia de palabras o ideas		Si		No son tan claras las ideas que transmite.
			No	✓	
	Conexión de ideas o frases		Si	✓	Sus frases están conectas debido al tema que trata.

		No		
	Tono de voz	Alto		Es un tono adecuado de voz al grabar ese tipo de videos.
		Normal	✓	
		Bajo		
	Vocalización	Existe adecuada vocalización		Tanto en palabras del español como del inglés, muchas no son pronunciadas de manera inadecuada.
		No existe adecuada vocalización	✓	
I N T E R A C C I O N	Pide interacción al público para sus redes sociales	Si	✓	Manifiesta la interacción en sus redes sociales.
		No		
	Pide interacción para nuevos videos	Si		No manifiesta interacción para nuevos videos.
		No	✓	
	Numero de Liques	677835		
	Numero de Disloques	26013		
	Uso de hashtag #	Si		No utiliza hashtag para crear tendencia en ninguna red social.
No		✓		

Fuente: YouTube/Nancy Risol
(Investigador/a)

Elaborado por: Celena Ortiz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

El onceavo video, sin duda alguna es el video con el que se lanzó a la fama, utilizó palabras bastante sofisticadas para dar a entender que ella también es dueña de riquezas que con el paso del video hicieron referencia a la pobreza en la que muchas de las nacionalidades indígenas están acostumbradas, la jocosidad y parodia que aplican hacen de una comparación exitosa entre una verdadera mansión y la casa de bareque que ella presenta. Sus jergas se mezclan y con el uso de diferentes lenguas, sin embargo, cabe recalcar que las reglas gramaticales siguen siendo mínimas, pero informan al público los movimientos y contenidos que se suben a las diferentes redes.

El lenguaje utilizado es vulgar y palabras soeces, no usa el kichwa, pero interpreta algunas palabras en inglés dentro de su español, la vocalización es baja pero la conexión de ideas es aceptable, no usa refranes o dichos y el tono de voz va de acuerdo al tema del video; la interacción con los suscriptores es baja, se beneficia únicamente las redes sociales, además no genera tendencia al no usar hashtag dentro del contenido.

Tabla N° 13 Canal de YouTube/Nancy Risol, video doce

Video N° 12 “MI PRIMER AÑO EN INTERNET NANCY RISOL”						
					Observaciones	
A S P E C	Título del video	Nombre	Sencillo pero directo	✓	Es directo a lo que se va a dar en el video.	
			Extravagante			
		Utiliza sobrenombre	Si			No usa sobrenombres solo resalta el propio.
			No	✓		

T O S G E N E R A L E S		Tipografía	Utiliza mayúsculas en toda la oración	✓	Todo el título está escrito en letras mayúsculas.	
			Utiliza mayúsculas solo en las primeras palabras			
			Ninguna letra en mayúscula			
		Ortografía	Utiliza signos de ortografía			No usa ningún signo de ortografía.
			No utiliza signos de ortografía	✓		
	Duración	Duración del video	De 1 a 8 minutos		El tiempo de duración es de 13 minutos con 06 segundos.	
			De 8 a 13 minutos			
			De 13 a 16 minutos	✓		

	Escenario		Construido con material extra		El primer escenario es al aire libre, se aprecia la naturaleza y el segundo escenario al que cambia es dentro de una casa donde se ve ladrillo.
			Escenario estilo televisivo		
			Al aire libre	✓	
			Escenario provisional	✓	
Vestuario	Vestimenta que utiliza	Formal (civil)		Vestimenta tradicional con accesorios.	
		Informal (civil)			
		Tradicional	✓		
	Cambia de vestimenta en el video	Si		Utiliza el mismo vestuario.	
		No	✓		
	Utiliza vestimenta referente a su nacionalidad indígena (de ser	Si	✓	Anaco o pollera de color negro y blusa de color lila sin bordados.	
No					

		sí cuales son estas)			
	Imagen	Imagen de la influencer	Sin maquillaje y de forma natural	✓	Se presenta de manera natural sin maquillaje y su cabello recogido hacia atrás en trenza.
			Con maquillaje, etc.		
	Utiliza accesorios pertenecientes a su cultura (de ser sí cuales son)	Si	✓	Collar de colores, collar largo plateado, ligas de cabello de colores y aretes largos y redondos.	
		No			
Caja de información	Utilización de texto con información sobre contactos de la influencer	Si	✓	El texto que ella utiliza es: “ESTOY FELIZ Y AGRADECIDA, EN SERIO LOS AMOOO! LO SON TODO PARA MI.. VAMOS POR OTRO AÑO MAS.. GRACIAS POR SU APOYO.. LOS AMO! SÍGANME EN MIS REDES SOCIALES BABYS :V facebook: https://www.facebook.com/nancyrisol/ instagram: https://www.instagram.com/nancy_risol/ #NANCYRISOL_UNAÑO	
		No			

					También especifica la categoría a la que pertenece como Personas y blogs.
C O N T E N I D O	Introducción del video		Intro referencial y con saludo	✓	La intro es directa con el saludo y explica en donde se encuentra y para qué es el video.
			Directo al video		
	Sugerencia del tema a tratar en el video	Tema	Por interés del influencer	✓	El video fue grabado por interés de la influencer.
			Por petición de suscriptores		
	Contexto del video	Contexto	Relación al tema	✓	Conforme al título y al contexto que maneja, tiene concordancia.
			Indirectamente se relaciona con el tema		
	Gestualidad		Lenguaje corporal y verbal	✓	Además de su voz utiliza sus manos, cada parte de su rostro, gestos y movimientos.
			Solo lenguaje		

			Solo lenguaje corporal		
	Extrovertido/Introvertido	Influencer	Ambivertido		Su manera de ser es divertida, graciosa.
			Introvertido		
			Extrovertido	✓	
	Interpretación	Personajes	Uno o varios		No interpreta a ningún personaje.
			Ninguno	✓	
	Parodia	Existe parodia	Si	✓	Es cómica su manera de mostrarse a la cámara a pesar de sus palabras inapropiadas.
			No		
	Publicidad	Existe publicidad dentro del video	Si		No menciona ninguna marca en específico.
			No	✓	
		Publicidad fuera del video	Si	✓	Existe 2 publicidades fuera del video con marcas reconocidas.
			No		
	Actores	Existen más actores	Uno o varios		No hay más personajes.
			ninguno	✓	
E D I C I Ó	Tomas	Generales	SI		No tiene tomas generales.
			No	✓	
		Duración	De 5 a 10 segundos		L a mayoría de tomas duran más de 10 segundos, sin embargo, al comienzo del video los planos duran entre 5 y 8 segundos.
	Más de 10 segundos		✓		

N	Planos	Usa de 1 a 4 planos	✓	Utiliza 4 diferentes planos: Plano medio. Plano medio corto Primer plano Plano detalle.	
		Usa de 5 a 8 planos			
	Ángulos	Normal	✓		Utiliza el ángulo normal y picado en diferentes segundos del video.
		Picado	✓		
		Contrapicado			
	Movimiento de cámara	Estático	✓	Las tomas son estáticas.	
		Se mueve			
	Edición en el video	Si	✓	Tiene cambios entre toma y toma con más concordancia, transiciones, juega con la velocidad de las tomas y con los colores, tiene emojis y sonidos añadidos para dar enfoque al video.	
		No			
	Música	Si	✓	La música es reemplazada por una apta para la plataforma.	
		No			
	Efectos de sonido	Si	✓	La voz no es transformada, pero si tiene incrementado efectos de sonido.	
		No			
	Efectos de video (incluye letras, emoticones, etc.)	Si	✓	Al final del video se encuentra su foto para suscribirse al canal y cuenta con emojis y adhesivos.	
No					

L E N G U A J E	Jerga	Lenguaje	Formal (juvenil)		Su lenguaje es bastante informal usa frases y palabras no técnicas.
			Informal (juvenil)	✓	
		Uso de palabras extranjeras	Si	✓	
	No				
	Uso de vulgaridad	Si	✓	Utiliza demasiadas frases inapropiadas y soeces dentro del video.	
		No			
	Uso de palabras Quichuas perteneciente a la cultura (de ser afirmativo, cuales son)	Si	✓	Usa la palabra achipallar que significa recoger hierba para animales.	
		No			
	Fluidez verbal	Si	✓	Tiene fluidez verbal baja.	
		No			
	Utiliza refranes/ dichos/ versos	Si		No usa dichos ni refranes.	
		No	✓		
	Redundancia de palabras o ideas	Si	✓	Son claras las ideas que transmite.	
		No			
	Conexión de ideas o frases	Si	✓	Sus frases están conectas debido al tema que trata.	
		No			
	Tono de voz	Alto		Es un tono adecuado de voz al grabar ese tipo de videos.	
		Normal	✓		
		Bajo			

	Vocalización	Existe adecuada vocalización		Tanto en palabras del español como del inglés, muchas no son pronunciadas de manera inadecuada.
		No existe adecuada vocalización	✓	
I N T E R A C C I O N	Pide interacción al público para sus redes sociales	Si	✓	Manifiesta la interacción en sus redes sociales.
		No		
	Pide interacción para nuevos videos	Si		No manifiesta interacción para nuevos videos.
		No	✓	
	Numero de Liques	189069		
	Numero de Disloques	4935		
	Uso de hashtag #	Si	✓	Su primer hashtag es #NANCYRISOL_UNAÑO
No				

Fuente: YouTube/Nancy Risol
(Investigador/a)

Elaborado por: Celena Ortiz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

El doceavo video, es contenido tranquilo, se evita la jocosidad y la parodia por ser un tema serio al contar la historia de cómo llevo a la plataforma, su carisma y tranquilidad detallan las vivencias y pericias que vivió día con día, a pesar de la falta de reglas gramaticales su información precisa todas las redes sociales de la influencer. Permite a consumidor visualizar una historia llena pruebas y grandes sacrificios, además al obtener respuestas se puede generalizar de mejor manera. Su vestimenta refleja la cultura indígena que pertenece, las jergas aprendidas son expuestas una vez más e incluso el uso de su lengua natal. En la introducción del video es directa, saluda y expresa agradecimiento y cuenta su historia nuevamente, festeja el primer año en redes sociales, el contexto del video es tranquilo, se maneja con gestos de su rostro y lo movimientos del cuerpo, la parodia está presente y el actuar extrovertido también, no tiene publicidad dentro del video pero por defecto la plataforma menciona varias marcas reconocidas; no tiene tomas generales pero maneja 5 diferentes planos con ángulos normales y picados, las tomas son estáticas, la edición mejora tiene transiciones y efectos de sonido y video, con adhesivos y stickers.

La interacción con los suscriptores es únicamente para las redes sociales y las respuestas en comentarios y like que sobrepasa los dislikes dentro del video, tiene hashtag #NANCYRISOL_UNAÑO, genera tendencia por primera vez en YouTube.

Tabla N° 14 Canal de YouTube/Nancy Risol, video trece.

Video N° 13 “COMO ACAMPAR CORRECTAMENTE NANCY RISOL”					
				Observaciones	
A S P	Título del video	Nombre	Sencillo pero directo	✓	Es directo a lo que se va a dar en el video.
			Extravagante		

E C T O S G E N E R A L E S		Utiliza sobrenombre	Si		No usa sobrenombres solo resalta el propio.	
			No	✓		
		Tipografía		Utiliza mayúsculas en toda la oración	✓	Todo el título está escrito en letras mayúsculas.
				Utiliza mayúsculas solo en las primeras palabras		
				Ninguna letra en mayúscula		
		Ortografía		Utiliza signos de ortografía		No usa ningún signo de ortografía.
	No utiliza signos de ortografía			✓		
	Duración	Duración del video		De 1 a 8 minutos		El tiempo de duración es de 11 minutos con 13 segundos.
				De 8 a 13 minutos	✓	

			De 13 a 16 minutos		
Escenario			Construido con material extra		El primer escenario es afuera de la casa de bareque, sigue por una vía de transporte y seguido por el aire libre en las montañas.
			Escenario estilo televisivo		
			Al aire libre	✓	
			Escenario provisional	✓	
Vestuario	Vestimenta que utiliza	Formal (civil)		Vestimenta tradicional con accesorios.	
		Informal (civil)			
		Tradicional	✓		
	Cambia de vestimenta en el video	Si		Utiliza el mismo vestuario.	
		No	✓		
	Utiliza vestimenta referente a su	Si	✓	Anaco o pollera de color negro y blusa de color lila con bordados y accesorios.	
No					

		nacionalidad indígena (de ser sí cuales son estas)			
Imagen	Imagen de la influencer	Sin maquillaje y de forma natural	✓		Se presenta de manera natural sin maquillaje y su cabello recogido hacia atrás en trenza.
		Con maquillaje, etc.			
	Utiliza accesorios pertenecientes a su cultura (de ser sí cuales son)	Si	✓		Collar de colores, sombrero y aretes largos y redondos.
		No			
Caja de información	Utilización de texto con información sobre contactos de la influencer	Si	✓		El texto que ella utiliza es: “ME PIDIERON QUE SEA MAS CONSTANTE.. PUES LO VOY A INTENTAR JEJE.. AQUÍ LES TRAIGO UNAS CLASESILLAS DE COMO ACAMPAR CORRECTAMENTE Y NO PIERDAS TU TIEMPO. facebook: https://www.facebook.com/nancyrisol/
		No			

					instagram: https://www.instagram.com/nancy_risol/ ” También especifica la categoría a la que pertenece como Personas y blogs.
C O N T E N I D O	Introducción del video		Intro referencial y con saludo	✓	Al comienzo del video usan una imagen de un afiche por 22 segundos, seguido del sonido de una violín tocado por un personaje externo y continua ella.
			Directo al video		
	Sugerencia del tema a tratar en el video	Tema	Por interés del influencer	✓	El video fue grabado por interés de la influencer.
			Por petición de suscriptores		
	Contexto del video	Contexto	Relación al tema	✓	Conforme al título y al contexto que maneja, tiene concordancia.
			Indirectamente se relaciona con el tema		
	Gestualidad		Lenguaje corporal y verbal	✓	Además de su voz utiliza sus manos, cada parte de su rostro, gestos y movimientos.
			Solo lenguaje		

			Solo lenguaje corporal		
	Extrovertido/Introvertido	Influencer	Ambivertido		Su manera de ser es divertida, graciosa.
			Introvertido		
			Extrovertido	✓	
	Interpretación	Personajes	Uno o varios		No interpreta a ningún personaje.
			Ninguno	✓	
	Parodia	Existe parodia	Si	✓	Es cómica su manera de mostrarse a la cámara a pesar de sus palabras inapropiadas.
			No		
	Publicidad	Existe publicidad dentro del video	Si		No menciona ninguna marca en específico.
			No	✓	
		Publicidad fuera del video	Si	✓	Existe 2 publicidades fuera del video con marcas reconocidas.
			No		
	Actores	Existen más actores	Uno o varios	✓	Por cortos segundos salen sus amigos, AhoraPit, Edievlogs, Ruth Guamán y Aparato.
			ninguno		
E D I C I Ó	Tomas	Generales	SI	✓	El caminar de la influencer esta captado en una toma general.
			No		
		Duración	De 5 a 10 segundos		La mayoría de tomas duran más de 10 segundos, sin embargo, al comienzo del video los planos duran entre 5 y 8 segundos.
Más de 10 segundos		✓			

N	Planos	Usa de 1 a 4 planos		Utiliza 5 diferentes planos: Plano General Plano medio. Plano medio corto Primer plano Plano detalle.
		Usa de 5 a 8 planos	✓	
	Ángulos	Normal	✓	Utiliza el ángulo normal y picado en diferentes segundos del video.
		Picado	✓	
		Contrapicado		
	Movimiento de cámara	Estático		Las tomas se mueven en diferentes segundos.
		Se mueve	✓	
	Edición en el video	Si	✓	Tiene cambios entre toma y toma con más concordancia, transiciones, juega con la velocidad de las tomas y con los colores y sonidos añadidos para dar enfoque al video.
		No		
	Música	Si	✓	La música es reemplazada por una apta para la plataforma.
		No		
	Efectos de sonido	Si	✓	La voz no es transformada, pero si tiene incrementado efectos de sonido.
		No		
	Efectos de video (incluye letras, emoticones, etc.)	Si	✓	Tiene letras y al final su fotografía para suscribirse y de anteriores videos.
		No		

L E N G U A J E	Jerga	Lenguaje	Formal (juvenil)		Su lenguaje es bastante informal usa frases y palabras no técnicas.
			Informal (juvenil)	✓	
		Uso de palabras extranjeras	Si	✓	
			No		
	Uso de vulgaridad	Si	✓	Utiliza demasiadas frases inapropiadas y soeces dentro del video.	
		No			
	Uso de palabras Quichuas perteneciente a la cultura (de ser afirmativo, cuales son)	Si	✓	Usa la palabra guango que es un hilar de lana de borrego.	
		No			
	Fluidez verbal	Si	✓	Tiene fluidez verbal baja.	
		No			
	Utiliza refranes/ dichos/ versos	Si		No usa dichos ni refranes.	
		No	✓		
	Redundancia de palabras o ideas	Si	✓	Son claras las ideas que transmite.	
		No			
	Conexión de ideas o frases	Si	✓	Sus frases están conectas debido al tema que trata.	
		No			
	Tono de voz	Alto		Es un tono adecuado de voz al grabar ese tipo de videos.	
		Normal	✓		
Bajo					

	Vocalización	Existe adecuada vocalización		Tanto en palabras del español como del inglés, muchas no son pronunciadas de manera inadecuada.
		No existe adecuada vocalización	✓	
I N T E R A C C I O N	Pide interacción al público para sus redes sociales	Si	✓	Manifiesta la interacción en sus redes sociales.
		No		
	Pide interacción para nuevos videos	Si		No manifiesta interacción para nuevos videos.
		No	✓	
	Numero de Liques	182686		
	Numero de Disloques	6166		
	Uso de hashtag #	Si		No usa hashtag.
No		✓		

Fuente: YouTube/Nancy Risol
(Investigador/a)

Elaborado por: Celena Ortiz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

En el décimo tercer se muestra un entorno natural, muestra técnicas e ideas para sobrevivir en un momento acampando, su imagen muestra la identidad cultura a la que perteneces; la mezcla de jergas hace que el contenido sea entretenido y llegue a diferentes personas, muestra sus mascotas y las lleva a todo lado, demostrando la igualdad en la vida y el respeto a los demás seres.

Las diferentes iniciativas que se aprecian en el contenido son elaboradas de mejor manera, la edición y producción de esta muestra gran avance por lo que se puede decir que incluyo en sus conocimientos herramientas para mejorar; la imagen construida en este contenido es de una joven tranquila, sin maquillaje. El reproche de la influencer, hace referencia al copy right que da la plataforma que son normas que está implementando para tener contenido de primera, la gestualidad de su rostro y el movimiento de su cuerpo y extremidades muestran una muchacha extrovertida e intenta generar parodia en el video.

Tabla N° 15 Canal de YouTube/Nancy Risol, video catorce

Video N° 14 “HICE CALDO DE MI TORO POR LLEGAR A UN MILLON DE SUSCRIPTORES NANCY RISOL”					
				Observaciones	
A S P	Título del video	Nombre	Sencillo pero	✓	Es directo a lo que se va a dar en el video.
			directo		
			Extravagante		

E C T O S G E N E R A L E S		Utiliza sobrenombre	Si		No usa sobrenombres solo resalta el propio.	
			No	✓		
		Tipografía		Utiliza mayúsculas en toda la oración	✓	Todo el título está escrito en letras mayúsculas.
				Utiliza mayúsculas solo en las primeras palabras		
				Ninguna letra en mayúscula		
		Ortografía		Utiliza signos de ortografía		No usa ningún signo de ortografía.
	No utiliza signos de ortografía			✓		
	Duración	Duración del video	De 1 a 8 minutos		El tiempo de duración es de 15 minutos con 49 segundos.	
			De 8 a 13 minutos			

			De 13 a 16 minutos	✓	
Escenario			Construido con material extra		El primer escenario es afuera de la casa de bareque, luego al aire libre y regresa a la casa de bareque adentro, después todo es fuera de casa en la comunidad.
			Escenario estilo televisivo		
			Al aire libre	✓	
			Escenario provisional	✓	
Vestuario	Vestimenta que utiliza		Formal (civil)		Vestimenta tradicional con accesorios.
			Informal (civil)		
			Tradicional	✓	
	Cambia de vestimenta en el video		Si		Utiliza el mismo vestuario.
			No	✓	
	Utiliza vestimenta referente a su		Si	✓	Pollera, bayeta de lana y camisa.
No					

		nacionalidad indígena (de ser sí cuales son estas)			
Imagen	Imagen de la influencer	Sin maquillaje y de forma natural	✓		Se presenta de manera natural sin maquillaje y su cabello recogido hacia atrás en trenza.
		Con maquillaje, etc.			
	Utiliza accesorios pertenecientes a su cultura (de ser sí cuales son)	Si	✓		Sombrero, aretes, walca (collar de colores), topo y faja.
		No			
Caja de información	Utilización de texto con información sobre contactos de la influencer	Si	✓		El texto que ella utiliza es: “ Instala la app aquí: http://bit.ly/NancyRisol MUY AGRADECIDAD POR EL CARIÑO, USTEDES HAN CAMBIADO MI VIDA, GRACIAS POR ESE UN MILLON DE SUSCRIPTORES Y LO QUE DIGO
		No			

					CUMPLO, TENIA QUE PELAR MI TORO Y HACERLE CALDO JEJE LOS AMO, GRACIAS! facebook: https://www.facebook.com/nancyrisol/ instagram: https://www.instagram.com/nancy_risol/ También especifica la categoría a la que pertenece como Personas y blogs.
C O N T E N I D O	Introducción del video		Intro referencial y con saludo	✓	Es directa saluda y avisa del video, hace una publicidad y continua.
			Directo al video		
	Sugerencia del tema a tratar en el video	Tema	Por interés del influencer	✓	El video fue grabado por interés de la influencer.
			Por petición de suscriptores		
	Contexto del video	Contexto	Relación al tema	✓	Conforme al título y al contexto que maneja, tiene concordancia.
			Indirectamente se relaciona con el tema		

	Gestualidad		Lenguaje corporal y verbal	✓	Además de su voz utiliza sus manos, cada parte de su rostro, gestos y movimientos.
			Solo lenguaje		
			Solo lenguaje corporal		
	Extrovertido/Introvertido	Influencer	Ambivertido		Su manera de ser es divertida, graciosa.
			Introvertido		
			Extrovertido	✓	
	Interpretación	Personajes	Uno o varios		No interpreta a ningún personaje.
			Ninguno	✓	
	Parodia	Existe parodia	Si	✓	Es cómica su manera de mostrarse a la cámara a pesar de sus palabras inapropiadas.
			No		
	Publicidad	Existe publicidad dentro del video	Si	✓	Hace la publicidad a la aplicación SNAPTUBE.
			No		
		Publicidad fuera del video	Si	✓	Existe 2 publicidades fuera del video con marcas reconocidas.
			No		
	Actores	Existen más actores	Uno o varios		Participan varias personas de la comunidad.
ninguno			✓		
E D	Tomas	Generales	SI	✓	Las tomas generales se dan en la comunidad.
			No		

I C I Ó N		Duración	De 5 a 10 segundos		La mayoría de tomas duran más de 10 segundos, sin embargo, al comienzo del video los planos duran entre 5 y 8 segundos.	
			Más de 10 segundos	✓		
	Planos		Usa de 1 a 4 planos		Utiliza 5 diferentes planos: Plano General Plano medio. Plano medio corto Primer plano Plano detalle. Plano $\frac{3}{4}$	
			Usa de 5 a 8 planos	✓		
	Ángulos		Normal		✓	Utiliza el ángulo normal y picado en diferentes segundos del video.
			Picado		✓	
			Contrapicado			
	Movimiento de cámara		Estático			Las tomas se mueven en diferentes segundos.
			Se mueve		✓	
	Edición en el video		Si		✓	Tiene cambios entre toma y toma con más concordancia, transiciones, juega con la velocidad de las tomas y con los colores y sonidos añadidos para dar enfoque al video.
			No			
	Música		Si		✓	La música es reemplazada por una apta para la plataforma.
			No			

	Efectos de sonido		Si	✓	La voz no es transformada, pero si tiene incrementado efectos de sonido.
			No		
	Efectos de video (incluye letras, emoticones, etc.)		Si	✓	Tiene letras y al final su fotografía para suscribirse y de anteriores videos.
			No		
L E N G U A J E	Jerga	Lenguaje	Formal (juvenil)		Su lenguaje es bastante informal usa frases y palabras no técnicas.
			Informal (juvenil)	✓	
		Uso de palabras extranjeras	Si	✓	Usa palabras como hello y youtubers, etc.
			No		
	Uso de vulgaridad		Si	✓	Utiliza demasiadas frases inapropiadas y soeces dentro del video.
			No		
	Uso de palabras Quichuas perteneciente a la cultura (de ser afirmativo, cuales son)		Si	✓	Usa palabras con referencia a su vestimenta.
			No		
	Fluidez verbal		Si	✓	Tiene fluidez verbal baja.
			No		
	Utiliza refranes/ dichos/ versos		Si		No usa dichos ni refranes.
			No	✓	
	Redundancia de palabras o ideas		Si	✓	Son claras las ideas que transmite.
			No		
	Conexión de ideas o frases		Si	✓	Sus frases están conectas debido al tema que trata.

		No		
	Tono de voz	Alto		Es un tono adecuado de voz al grabar ese tipo de videos.
		Normal	✓	
		Bajo		
	Vocalización	Existe adecuada vocalización		Tanto en palabras del español como del inglés, muchas no son pronunciadas de manera inadecuada.
		No existe adecuada vocalización	✓	
I N T E R A C C I O N	Pide interacción al público para sus redes sociales	Si	✓	Manifiesta la interacción en sus redes sociales.
		No		
	Pide interacción para nuevos videos	Si		No manifiesta interacción para nuevos videos.
		No	✓	
	Numero de Liques	250735		
	Numero de Disloques	11602		
	Uso de hashtag #	Si		No usa hashtag.
No		✓		

Fuente: YouTube/Nancy Risol
(Investigador/a)

Elaborado por: Celena Ortiz

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Finalmente, en el catorceavo video, entre todos los aspectos que a lo largo de esta investigación se fueron desarrollando, son varias las mejoras que se perciben, cabe recalcar que las reglas gramaticales siguen siendo escasas, sin embargo, se aprecia más fluidez y precisión de esta; la vestimenta en total hace referencia de su cultura y nacionalidad, de cada uno de los valores que la conforman, su aporte a la sociedad y lo que la sociedad hace por ella, se manifiesta la humildad y el aprecio por los que la rodean, mejora las actividades que realiza y las jergas que mezcla.

Se observa un contenido más elaborado, con mejoras en el sonido y la precisión de las tomas, y los movimientos de cámara; se nota los elementos que construyen la imagen que presenta a su público. A este punto la publicidad juega roles más importantes al ser mencionado por la influencer, la gestualidad de su rostro y los movimientos del cuerpo para expresar, muestran que es un personaje extrovertido, lleno de carisma y que entretiene.

Tabla N° 16 INTERPRETACIÓN GENERAL

N° de Video	Título del Video	Visualizaciones del Video	Duración	Temática	Elementos destacados	Signos lingüísticos	Signos paralingüísticos
01	Cumpliendo sus retos/ baile sexy	924 k	1:51	Parodia	Gestualidad Actitud	Palabras Frasas Oraciones	Gestualidad Movimientos Vestimenta Escenario Actitud
02	Lo más aterrador en toda mi vida/ Nancy Risol	1.2 millones	1:35	Parodia	Gestualidad Actitud	Palabras Frasas Oraciones	Gestualidad Movimientos Vestimenta Escenario Actitud
03	Dicen que no tengo talentos, los odio a todos!	2.8 millones	6:32	Parodia	Gestualidad Actitud movimientos	Palabras Frasas Oraciones	Gestualidad Movimientos Vestimenta Escenario Actitud

04	Como freír un huevo	3 millones	6:57	Parodia	Parodia Gestualidad Actitud	Palabras Frasas Oraciones	Gestualidad Movimientos Vestimenta Escenario Actitud
05	Buscando mi tesorito	788k	5:10	Parodia	Parodia Gestualidad Actuación	Palabras Frasas Oraciones	Gestualidad Movimientos Vestimenta Escenario Actitud
06	Los 5 consejos para tener éxito	784 k	5:11	Parodia	Parodia Gestualidad	Palabras Frasas Oraciones	Gestualidad Movimientos Vestimenta Escenario Actitud
07	Mi historia en las redes sociales/Nancy Risol	1.5 millones	13:09	Realidad	Gestualidad Actitud	Palabras Frasas Oraciones	Gestualidad Movimientos Vestimenta Escenario Actitud
08	Como conseguir un novio hermoso	2.4 millones	5:48	Parodia	Parodia Gestualidad	Palabras Frasas	Gestualidad Movimientos

					Actuación	Oraciones	Vestimenta Escenario Actitud
09	Así es mi vida como INFLUENCER/Nancy Risol	2.6 millones	10:05	Parodia	Parodia Gestualidad Actuación	Palabras Frasas Oraciones	Gestualidad Movimientos Vestimenta Escenario Actitud
10	Gracias a Firulais y a mi Toro/ Nancy Risol	5.2 millones	10:52	Realidad	Gestualidad Actuación	Palabras Frasas Oraciones	Gestualidad Movimientos Vestimenta Escenario Actitud
11	Conozcan mi pent-house/Nancy Risol	9.6 millones	10:20	Parodia	Parodia Gestualidad Actuación	Palabras Frasas Oraciones	Gestualidad Movimientos Vestimenta Escenario Actitud
12	Mi primer año en internet/ Nancy Risol	2 millones	13:07	Realidad	Gestualidad Actuación	Palabras Frasas Oraciones	Gestualidad Movimientos Vestimenta

							Escenario Actitud
13	Como acampar correctamente/ Nancy Risol	2.2 millones	11:14	Parodia	Parodia Gestualidad Actuación	Palabras Frasas Oraciones	Gestualidad Movimientos Vestimenta Escenario Actitud
14	Hice caldo de mi toro por llegar a un millón de suscriptores/ Nancy Risol	2.5 millones	15:50	Parodia	Parodia Gestualidad Actuación Bondad	Palabras Frasas Oraciones	Gestualidad Movimientos Vestimenta Escenario Actitud

Fuente: YouTube/Nancy Risol
(Investigador/a)

Elaborado por: Celena Ortiz

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para el presente capítulo se consideró la información obtenida del estudio ejecutado, los diferentes puntos de análisis son clave y punto de partida de los cuales se concluyó que:

- Los elementos lingüísticos y paralingüísticos identificados en esta investigación, están basados en información escrita, jergas usadas, vestimenta y acciones realizadas, así mismo, el uso de programas para edición y el conocimiento básico de este.
- Para la plataforma en general el uso de reglas gramaticales es mínimo, en la gran mayoría de su información escrita carece de conexión y redacción ortográfica, que sin embargo informa de manera objetiva a los suscriptores sobre las redes sociales en las que se puede encontrar contenido de la influencer.
- El dialecto y jergas usadas, son interpretaciones a las que Nancy Risol también percibe en su diario vivir, estas se derivan del idioma inglés y muchas otras del Kichwa, idioma natal, la jerga mexicana está presente debido a la adaptación que ella le da al video.
- En cuanto a la vestimenta utilizada podemos entender que pertenece a la nacionalidad indígena SARAGURO, además el uso aleatorio del día a día de prendas diferentes a las de su costumbre, y que además se desarrolla en la sociedad mestiza e indígena sin problemas.
- Lo importante de las acciones realizadas son las que lograron comunicar al mundo en general, la picardía, la exageración, la jocosidad y el empoderamiento, demuestran el talento que tiene para estar en la plataforma, el crecimiento en la comunidad se da por los elementos puestos en pantalla que se vuelven viral.
- La posproducción de su contenido mejora con el pasar de cada video, su edición se perfecciona y los cortes empiezan a tener precisión, sobresale el empeño en producir mejores videos que permitan al suscriptor volver por más contenido.

- La publicidad juega un punto importante en esta investigación, conforme va creciendo en comunidad, los anuncios publicitarios van siendo notorios en diferentes tiempos del video. Así también se sobreentiende que la influencer empezó a generar ingresos económicos, por lo que su contenido requiere de más empeño, dedicación y adecuación a las normas de la plataforma.
- La influencer ecuatoriana resalta sus valores morales incluso con la sociedad y el medio ambiente, promueve el reciclaje, el uso de elementos naturales en reemplazo de plásticos y otros materiales. Promueve los valores del respeto a la naturaleza y a la vida silvestre que en este hay; la humildad y el estatus económico que es característico de los pueblos indígenas y sus comodidades básicas en el diario vivir.
- En sus primeros videos es difícil reconocer la imagen indígena, sin embargo, el dialecto y la fluidez verbal permiten identificar que pertenece a un pueblo indígena, con la vestimenta y diferentes paisajes que construyen su contenido, se afirma su nacionalidad KICHWA-SARAGURO.
- Como antes se mencionó la picardía, la jocosidad hacen que la figura pública de la ecuatoriana esté relacionada con la parodia y el chiste, por lo tanto, el comportamiento que abarca la mayor parte de su contenido es de entretenimiento para la sociedad.
- Finalmente, Nancy Risol, muestra su diario vivir envuelto de parodia y distintos elementos en lo que pretende comunicar a su público, lo que la rodea y la sociedad en la que ella es participante activo, incluso todo el conocimiento que adquiere de otros influencers, pretende implementarlo en su cotidianidad y presentarse así en cada contenido de las diferentes redes sociales y de todas las normativas a las que cada influencer se adapta, mismas que son propuestas por la plataforma para crear contenido de interés y entretenimiento.
- Recomiendo a cada uno de los docentes se den apertura a nuevos aprendizajes que lleven como punto de partida la influencia de las figuras públicas, las relaciones sociales que llevan a cabo y los alcances que este puede tener.

- Se convoque a congresos en los que intervenga la participación de personajes públicos (Plataformas Digitales), para que socialicen habilidades que se desarrollan al cumplir cierto rol, además, de las recompensas que reciben.
- Se incremente o desarrollen módulos en los que se investigue y analice a profundidad el hit de la tecnología con los medios digitales y plataformas en las que se puede tener un rol social en varias comunidades.

BIBLIOGRAFÍA

1. Antolón Prieto, R (2012) YouTube como paradigma del video y la televisión en la web 2.0. Madrid. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información.
2. Ardilla, M., (2011), Indicadores de calidad de las plataformas educativas digitales. Educación y Educadores 14 (01) p.189-206. Colombia. Disponible en <http://redalyc.org/pdf/843/83418921011.pdf>, Consultado el 06 de octubre del 2019.
3. Bahillo, L. (2019), Historia de internet: como nació y cuál fue su evolución, Recuperado el 04 de octubre del 2019 de: M4ARKETING4 ECOMMERCERCE, Madrid, España.
4. Balladares, E., Fabara, F. 2019. La realidad aumentada como herramienta de difusión del pasillo tradicional en jóvenes de 18 a 25 años de la ciudad de Ambato. Proyecto integrador. Universidad Técnica de Ambato.
5. Bañuelos, Jacob. (2009). YouTube como plataforma de la sociedad del espectáculo. Revista Razon y Palabra. Universidad de los Hemisferios Quito-Ecuador (66).
6. Barrio, J (2017). La influencia de los medios sociales digitales en el consumo función descriptiva de los medios sociales en la decisión de compra de bebidas refrescantes en España. Universidad Complutense de Madrid, España. Disponible en: <http://eprints.umc.es/42339//T38702.pdf> Tesis Doctoral.
7. Bawer, E. (2010) Tradiciones e identidad cultural del Ecuador. Madrid, España. Universidad de Joén.
8. Bergillos, I., (2015), Participación de la audiencia y televisión en la era digital, propuestas de análisis y evolución de las invitaciones a la participación en la TDI y en otras plataformas p.49. Tesis Doctoral Universitat Autònoma de Barcelona-España.
9. Bitácora de Ciencias Sociales (2013).
10. Brow, D., y Hayes, N., (2008). Influencer Markting. Who really influencers your coustomers. BH Elsevier.
11. Burgess, L., Parish, B., Alcock, C., (2011), To what excellent are regional torism organization (RTOs) in Australia leveraging the benefits of web technology for destination marketing and Electronic Commerce Research 11 (03), 341-355.
12. Cano, R., Aguaded I., y García, F. J., (2019), Metodologías colaborativas en la web 2.0. El reto educativo de la Universidad, vol. 17(1) REDU: Revista de Docencia Universitaria
13. Casanova, J., Marin, V. y Aguaded, J., (2010), Uso de las plataformas digitales en las Universidades de Andalucía, España, Revista LiNHAS-Revista de programa de posgrados. Disponible en http://researchgate.net/publication/236846181_USO_DE_LAS_PLATAFORMA_S_DIGITALES_EN_LAS_UNIVERSIDADES_DE_ANDALUCIA_ESPAÑA.

14. Castells, M (2003), Internet, libertad y sociedad: una perspectiva analítica. Polis 1 (004), Santiago de Chile. Chile. Recuperado el 04 de octubre de 2019 de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30500410>.
15. Caudano, C., Corda, M., Planas, J., y Kessler, M.I., (2014), Los usos de la red social Facebook por parte de bibliotecas universitarias argentinas. Reflexiones en torno a las dinámicas comunicativas en la web 2.0. Revista Interamericana de Bibliotecología, vol. 39 (1), Medellín. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.17533/udea.rib.v39n1905>.
16. Cavado. A (2019). El consumo de YouTube en España, Universidad Carlos III de Madrid. Global Media Journal, the globo Network of Communication scholars. México (7) 14. Pag 76. Disponible en: gmjei-ojs-tamiu.tdl.org/gmjei/index.php/6MJ-El/Article/view/12/12.
17. CEDAL, N., (2015), La nueva revolución digital: de la Internet del consumo a la internet de la producción p.64. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
18. Colas, P, (2003), Internet y aprendizaje en la sociedad del conocimiento. Comunicar (020) p.23, España. Recuperado del 04 de octubre del 2019 de: <http://www.redalyc.org/pdf/158/15802005.pdf>
19. Constitución de la República del Ecuador (2008)
20. CONAEI: 1997.
21. Costa, C. (2014). Audiovisual y Web 2.0. Empleo de YouTube por las empresas españolas con mejor reputación. Chasqui Revista Latinoamericana de comunicación (126) pp. 31-41 Ecuador-Quito disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/160/16057404005.pdf>
22. Del Fresno, M., Daly, A., y Sánchez, S., (2016), Identificando a los nuevos influyentes en tiempos de Internet: medios sociales y análisis de redes sociales. Revista Española de Investigaciones Sociológicas (153) pág. 23-40
23. Domínguez, M de los Reyes (2009). La importancia de la comunicación no verbal en el desarrollo cultural de las sociedades. Revista Razon y Palabra 14 (70). México, Monterrey.
24. Duart, J., (2006), Internet y aprendizaje: una estrecha relación RUSC. Universities and Knowledge Society Journal, Cataluña, España. Recuperado el 04 de octubre del 2019 de: <http://www.redalyc.org/pdf/780/78030201.pdf>
25. Farajardo, L. (2009). A propósito de la Comunicación Verbal, Revista Forma y Función (22) 2 pp.121-142. Bogota, Colombia.
26. Fernández, V (2007), Aspectos no verbales de la comunicación. Revista Elementos: Ciencia y Cultura vol. 14(006), pág. 33-40. Puebla, México.
27. Flavián, C., Guinalú, M., (2005). The influence of virtual communities on distribution strategies in the internet. International Journal of Retail & Distribution Management, 33(06), p. 405-425.
28. Garcia, F., Portillo, J., Romo, J., y Benito, M., (2015), Nativos Digitales y modelos de aprendizaje. Universidad de País Vasco/ Euskal Itterriko Unibertsitatea

- (UPV/ETU). Disponible en: http://ttp.informatik.rwth-aachen.de/Publications/CEUR_WS/vol/318/Garcia.pdf
29. Garcia-Galera, M.C. & Valdivia, A., (2014): Prosumidores Mediáticos, Cultura Participativa de las Audiencias y responsabilidad de los Medios. *Revista Comunicar*, vol. 43. España-Universidad de Huelva, pág. 10-13. Disponible en: <http://www.revistacomunicar.com/pdf/comunicar43.pdf>
 30. Garcia, I., (2011), *Marketing Digital Multimedia: nuevos formatos y tendencias*. *Revista Géminis*, España, p.39. Disponible en <http://revistageminis.ufscar.br/index.php/gemenis/article/view/76/pdf>. [Consultado el 07 de octubre del 2019]
 31. Granda, C., Paladines, F., y Velazquez, B., (2016), La comunicación estratégica digital en las organizaciones públicas de Ecuador, Estado actual y proyección: *Revista Latina de Comunicación*, vol. (71) pág.211-231. Disponible en: <http://www.revistalatinaw.org/071/paper/1092/12es.html>
 32. Graterol, R., (2011), *Métodos de Investigación*. Obtenido de <https://jofilopfiles.wordpress.com/2011/03/metodos-deinvestigacion.pdf>
 33. Gómez, B., (2018), El influencer: herramienta clave en el contexto digital de la publicidad engañosa. Creative Commons. Atribución 4.0 Internacional de Ciencias Sociales. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v611.212>
 34. Gonzales, E., Chica, D. (2018) *Conducta de los suscriptores en YouTube: estudio de caso del canal Enchufe TV*. Dixit, Ecuador (28) Scielo UPS.
 35. Gonzales, P. (2018) *Youtube e influencias al servicio de marcas globales de cosmética*. Universidad de Alicante. Cominorea España. Pp. 12-17.
 36. Granada J. Viteri, W. (2018). *El uso del lenguaje en el contenido de Enchufe TV y el vocabulario en niños de 7 a 12 años del Barrio San Antonio del cantón Salcedo*. Universidad Técnica de Ambato, Tesis de Grado.
 37. Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P., (2014) *Metodología de la investigación*. México McGRAW-HILL. Education.
 38. Islas, O. (2011), Los primeros años de internet en América Latina. *Razón y palabra* 6 (67) p.2. Quito, Ecuador. Recuperado el 04 de octubre del 2019 de: <http://www.redalyc.org/pdf/1995/199519981054.pdf>.
 39. Kaphan, A., y Haenlein, M., (2010), *Osers of the world, while. The challenges and opportunities of social media*. *Bussiness Horizons*, 53(01), 59-58
 40. Larraña, J., Ruiz, A. (2009) *El Modelo de negocio de YouTube*. *ICONIO* 14 (12) pp. 109-131 Madrid, España. Disponible en: [Dialnet_ModeloDeNegocioDeYoutube-3101521.pdf](http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=3101521)
 41. *Ley Orgánica de Comunicación* (2013). Asamblea Nacional: Función Legislativa año 1- N° 22.
 42. *Ley Orgánica de Cultura* (2016). Asamblea Nacional. Función Legislativa, año IV, N°913
 43. León L. (2018) *Niños youtubers y el proceso de creación de videos: evidencia de competencias transmedia en acción*. (Revista, comunicación y sociedad (33) p:

Disponible en <http://dx.doi.org/10.32870/cys.voi33.7080>. Guadalajara (pertenece a Universidad Lima, Perú)

44. Lerena, M., (2017) YouTube como estrategia publicitaria. Universidad de la Rioja, Trabajo de Titulación. Disponible en: http://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE002320_pdf
45. Manobanda J., Viteri, W (2015). La difusión radial de la música ecuatoriana y la identidad cultural de los jóvenes del área rural de la parroquia Izamba. Tesis de Grado. Universidad Técnica de Ambato. Medina, W-, (2013), Evaluación del uso de las plataformas virtuales en los estudiantes del programa de maestrías en la docencia y gerencia educativa de la unidad de posgrado, investigación y desarrollo de la Universidad de Guayaquil. Para fortalecer sus conocimientos en tecnologías, diseño de un manual. Universidad de Guayaquil, Ecuador, p.56.
46. Molyneaux, H., O'Donnell, S., Gibson, K., y Singer, J., (2008), Exploring the Bender Divide on YouTube: An Analysis of the creation and reception of vlogs. *American Communication Journal*, vol. 10(2) pág. 1-14.
47. Moposita, J, (2019), Bloggers de moda como influencers: Un análisis a influencers ecuatorianos (Tesis de Grado), Universidad Técnica de Ambato.
48. Observatorio para el Análisis al Desarrollo Económico de Internet (ADEI) (2018), Plataformas Digitales: una oportunidad para la economía española p.2-3. Google.
49. Ora, J. Alvarado, R. (2016). Las Redes Sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de décimo año de educación general básica de la unidad educativa Santa Rosa del Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua. Tesis de Grado. Universidad Técnica de Ambato.
50. Palate J.L., Sulca, M (2018). La plataforma de video de YouTube para el desarrollo de las habilidades receptivas del idioma inglés, en los alumnos de tercero de bachillerato general unificado paralelo 'A' de la Unidad Educativa Mayor Ambato. Universidad Técnica de Ambato.
51. Pavés, M., (2014), Los derechos de la infancia en la era de internet, p.19. América.
52. Pereira, S., Fillol, J., y Maura, P., (2019), El aprendizaje de los jóvenes con medios digitales fuera de la escuela: De lo informal a lo formal. *Revista científica de Educomunicación* 58(27) p.42-47, Portugal.
53. Pérez, J., (2002), Elaboración de un modelo de plataforma digital para el aprendizaje y la generación de conocimientos. Universidad Complutense de Madrid, España. Disponible en: <http://eprints.van.es/4623/1/T25695.pdf>
54. Pérez, J (2012) La actualidad en YouTube: claves de los videos más vistos durante un mes. *Global media Journal* (9) 17 Pag 44-62 Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México.
55. Pérez, M. (2016) pag. 16. Influencer engagement, una estrategia de comunicación que conecta con la generación. Alicahte-España.
56. Punín, M., Martínez, I., Rencored, A. (2014), *Revista Latina de Comunicación Social*, p.60. Disponible en URL. <http://bit.ly/saladrigasHilda2005> [consultado 05 de octubre del 2019]

57. Reolid, R., (2018) Usos del internet y redes sociales por parte de adolescents y estudiantes de ciencias de la Salud. Universidad de Castilla-La Mancha. España (Tesis Doctoral).
58. Rodríguez, M., (2013), Guía de Tesis. Obtenido: <https://guiadetesis-worspress.com/tag/investigación-bibliográfica-y-documental/>
59. Sábada, I., y Rendieles, C., (2016) Metodología del Análisis del espacio audiovisual online: Entre Innovación y la Ansiedad de la Novedad. *Empiria*, Vol.35 pág. 105-124. <https://doi.org/10.5944/empiria.35.2016.17170>
60. Salgado, A., (2007), Investigación cualitativa: diseños evaluación de rigor metodológico y retos. *Revista de Psicología Liberabit* (13) pág. 71-78- Universidad de San Martín de Porres. Lima-Perú. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/686/68601309.pdf>
61. Santana, A., Nuñez, C. (2016). Las Tribus y el sentido de identidad en los estudiantes de II A, III A y 13 grados de bachillerato general unificado de la Unidad Educativa 19 de septiembre del Cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi. Tesis de Grado. Universidad Técnica de Ambato.
62. Sarango, Luis (20116). El estado plurinacioanl y la sociedad intercultural: una visión dedse el Ecuador. *Revista Dircito e Práxis*. (7) 13. Pp. 636.658 Brazil. Disponible en : <http://www.redaly.org/artículo.oa?id=350944882020>
63. Segura, M., Varela, S (2016) El diseño de la indumentaria de la comunidad Salasaka y la influencia de marcas de modas internacionales en la desvalorización de la cultura. Tesis de Grado. Universidad Técnica de Ambato.
64. Siri, L. (2014) Un análisis de YouTube como artefacto socio técnico. *Reviota académica de la federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social*. Felacacs. Diálogos de la Comunicación pp. 9-12.
65. Valderrama M, Velasco, P., (2018) (Programado de la creación) Una exploración al campo socio-técncio de YouTube en Chile. *Cuadernos info Scielo* (42) Pontificia Universidad Católica de Chile.
66. Vild Rut (2012) Los aspectos no verbales en la comunicación intercultural. *Revista Ra Ximhai* (8) 2, pp. 223-239. Universidad Autónoma indígena de México.
67. Vizuite, M.b., Paredes, A (2016). Las actividades teatrales y el respeto a la vestimenta de los pueblos indígenas en los niños y niñas de primer año de educación básica de la Unidad Educativa Nueva Era. Universidad Técnica de Ambato, Tesis de Grado.
68. Westenberg, W (2016). The influence of youtubers on teenagers. A descriptive research about the yputubers plan in the life of their teenage viewers (Tesis de Maestrias) Universidad de Twente, Enschede.

ANEXOS

Ambato, 20 de noviembre del 2019

CERTIFICO

Yo, **Naranjo Gamboa Byron Orlando**, en calidad de Docente de la Universidad Técnica de Ambato, certifico y avalúo y sugirió cambios a la matriz diseñada por la Srta. **Thalía Celena Ortiz Barreno** de **Decimo Semestre de la carrera de Comunicación Social**, misma que aplicará para las investigaciones pertinentes para el Trabajo de Investigación posterior a la Titulación de Grado.

Es todo a cuanto puedo certificar para continuar con el proceso de recolección de datos informativos para la investigación.

Firma y Certifica



Naranjo Gamboa Byron Orlando
C.I. 1302234600

Docente de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, 20 de noviembre del 2019

CERTIFICO

Yo, **Soto Dávila Omar Fabricio**, en calidad de Docente de la Universidad Técnica de Ambato, certifico y avalúo y sugirió cambios a la matriz diseñada por la Srta. **Thalía Celena Ortiz Barreno** de **Decimo Semestre de la carrera de Comunicación Social**, misma que aplicará para las investigaciones pertinentes para el Trabajo de Investigación posterior a la Titulación de Grado.

Es todo a cuanto puedo certificar para continuar con el proceso de recolección de datos informativos para la investigación.

Firma y Certifica


Soto Dávila Omar Fabricio
C.I. 0201343211

Docente de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, 20 de noviembre del 2019

CERTIFICO

Yo, **Alex Rodrigo Tamayo Maldonado**, en calidad de Docente de la Universidad Técnica de Ambato, certifico y avalúo y sugirió cambios a la matriz diseñada por la Srta. **Thalía Celena Ortiz Barreno** de **Decimo Semestre de la carrera de Comunicación Social**, misma que aplicará para las investigaciones pertinentes para el Trabajo de Investigación posterior a la Titulación de Grado.

Es todo a cuanto puedo certificar para continuar con el proceso de recolección de datos informativos para la investigación.

Firma y Certifica



Alex Rodrigo Tamayo Maldonado
C.I. 1802379089

Docente de la Universidad Técnica de Ambato