



**Análisis de la perspectiva social de los videos emitidos por la
página de Facebook un escalón a la vida, en la ciudadanía de
Zamora, en el periodo mayo, 2022**

Fausto Alexander Boada Hurtado

fausto.boada@unl.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-4986-0314>

Universidad Nacional de Loja

Stefani Anabel Armijos Coronel

stefani.armijos@unl.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-3696-427X>

Universidad Nacional de Loja

Erika Lucía González Carrión

erika.gonzalez@unl.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-3808-5460>

Universidad Nacional de Loja

Dolores Karina Guzmán González

dolores.guzman@unl.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-4922-2945>

Universidad Nacional de Loja

Universidad Nacional de Loja

Loja – Ecuador

Correspondencia: fausto.boada@unl.edu.ec

Artículo recibido 25 enero 2023 Aceptado para publicación: 25 febrero 2023

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo

Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Cómo citar: Boada Hurtado, F. A., Armijos Coronel, S. A., González Carrión, E. L., & Guzmán González, D. K. (2023). Análisis de la perspectiva social de los videos emitidos por la página de Facebook un escalón a la vida, en la ciudadanía de Zamora, en el periodo mayo, 2022. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 9952-9967. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.5185

RESUMEN

La producción audiovisual independiente ha tenido un gran avance y apogeo en los últimos tiempos, situación que se aceleró con el acceso libre de redes sociales, tanto para difusión como para consumo. En ese marco, ha tenido una notable aceptación por millones de usuarios las historias de reflexión, realizadas por productoras que compiten entre sí. Por esta razón, la presente investigación tiene como objetivo analizar la perspectiva social de los videos emitidos por la página de Facebook “Un Escalón a la Vida” en su engagement y en la ciudadanía de Zamora – Ecuador. La metodología tiene enfoque mixto: cuantitativo y cualitativo; desarrollado a través de un análisis de los 10 videos más vistos en la página, que se realizó a través de fichas de observación con variables de interacción, percepción de los comentarios, objetivo del mensaje de las historias y errores en aspectos técnicos de producción audiovisual. Además, se realizaron 400 encuestas y grupos focales para conocer el punto de vista respecto a estos videos de reflexión y si les causa a los usuarios algún tipo de sentimiento o emoción. Entre las conclusiones se evidencia que las productoras han visto en Facebook una oportunidad para promocionar sus productos, siendo este proceso en la actualidad un negocio rentable.

***Palabras clave:** comunicación audiovisual; contenidos audiovisuales; facebook; sociedad de consumo; perspectivas.*

Analysis of the social perspective of the videos broadcasted by the Facebook page 'un escalón a la vida', in the citizenship of Zamora, in the period May, 2022

ABSTRACT

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

Keywords: *audiovisual communication; audiovisual content; facebook; consumer society; perspectives.*

INTRODUCCIÓN

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

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

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

Producción Audiovisual

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

La producción audiovisual se divide en tres fases: preproducción, producción y postproducción.

Negocios de videos en Facebook

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

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

Empresa – Yoon Network

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

Con el contenido audiovisual que se difunde a través de las redes sociales, se procura lograr que la gente que escoge un camino equivocado, reflexione sobre sus hábitos y la clase de amistades que lo rodean, con el fin de cambiar su forma de vida a través de la toma de buenas decisiones. (Morocho, 2020)

Un Escalón a la Vida

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

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

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

Por último, los objetivos que se abordaron para la presente investigación son los siguientes:

Objetivo general

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

Objetivos específicos

- Analizar la interactividad de los usuarios consumidores del top 10 de videos más vistos de la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida'.
- Realizar una encuesta y analizar los resultados sobre la perspectiva que la ciudadanía de Zamora tiene frente a los videos de la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida'.
- Realizar un grupo focal con ciudadanos de Zamora y analizarlo, sobre la perspectiva que se tiene frente a los videos de la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida'.
- Realizar una entrevista y respectivo análisis al gerente de la empresa Yoon Network sobre su perspectiva frente a los videos que produce dicha productora.
- Realizar 2 entrevistas y sus respectivos análisis a expertos en producción audiovisual sobre su perspectiva que tienen frente a los videos de la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida'.
- Proponer un concepto de propuesta de discurso y producción en lo que respecta a videos de reflexión.

METODOLOGÍA

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

Metodología exploratoria

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

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

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

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

Metodología cualitativa

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

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

Instrumento de Tabla de Observación

Este espacio se va precisar el primer objetivo específico que es analizar la interactividad de los usuarios consumidores del top 10 de videos más vistos de la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida'. En primer lugar, se realizará una tabla en donde se detalle los títulos de los 10 videos más vistos, número de reproducciones y visualizaciones.

Además, en una segunda tabla de observación, se destacará el título, descripción y mensaje de los 10 videos más virales. Luego, el número de reacciones, compartidos y comentarios. Seguidamente, el contexto de los comentarios (se escogerá 5 positivos y 5 negativos), tomando en cuenta si el comentario cuenta con varias reacciones, si tiene una

respuesta o algún discurso importante; con el fin de captar el sentir, emoción o pensar del usuario ante dicho contenido.

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

Grupo Focal

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

Instrumento el cuestionario

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

Este espacio se va precisar el tercer objetivo específico que es realizar un grupo focal con ciudadanos de Zamora y analizarlo, sobre la perspectiva que se tiene frente a los videos de la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida'. Para empezar, se realizará 5 preguntas a un determinado grupo de ciudadanos, en este caso 4 mujeres y 4 hombres, para valorar de manera más amplia sus respuestas, desde la plataforma Zoom con un diálogo que permita entender que sienten y piensan respecto a los videos de reflexión, de manera general (otras empresas) y específico, solo la empresa Yoon Network que difunde videos de reflexión en la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida'.

Entrevista

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

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

Instrumento el cuestionario – gerente

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

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

Instrumento el cuestionario – expertos

En cambio, en el quinto objetivo específico se va a realizar 2 entrevistas y sus respectivos análisis a expertos en producción audiovisual sobre su perspectiva que tienen frente a la industria audiovisual de manera general y los videos de la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida'. Fundamentalmente, los expertos permitirán obtener esa visión más amplia para comprender el movimiento de las productoras audiovisuales actualmente y el valor que dedican a sus contenidos difundidos en varias plataformas, pero en especial Facebook.

Metodología cuantitativa

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

Encuesta

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

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

Instrumento de la encuesta

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

El cantón Zamora tiene alrededor de 30,391 habitantes conforme a las proyecciones efectuadas en el censo 2010, según al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) del Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Zamora, periodo (2019 – 2023). A partir de la que se tomó un total 400 personas a encuestar.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados se cumplieron satisfactoriamente tras la utilización de fichas de observación para ahondar en la participación de los usuarios frente a los videos de reflexión. También, se realizó un análisis de las reacciones, compartidos y comentarios; por una parte, los usuarios se conectan con las historias presentadas, pero por el otro existe una disputa puesto que, se fijan en aspectos técnicos y actores, quitando gran valor al video.

Ficha 1. Top 10 de los videos más reproducidos en la página de Facebook 'Un Escalón a la Vida' y su análisis

'UN ESCALÓN A LA VIDA'		
Top 10	Título (link)	Análisis
Nº1	Novia sorprende a su novio infiel el día de su boda (https://fb.watc h/dXaYTTtUO0/)	La revisión de los comentarios en la parte positiva se ha destacado el tema de la infidelidad en donde la mayoría de los usuarios da a conocer que es el peor error que se le puede hacer a su pareja y algunos comentan que es tan similar a su vida porque han pasado por esa situación. En cambio, en el lado negativo los usuarios se sienten indignados por errores que se presentan al momento de la grabación tanto en el vestuario como en el sonido, también la mala actuación de los actores y el rechazo con este tipo de temáticas.
Nº2	Niño llegaba sin su lunch a la escuela, sus razones te sorprenderán (https://fb.watc h/dXb4lqkb9u/)	La parte positiva, el tema de compartir con los más necesitados sin esperar nada a cambio, también las vivencias de algunas personas que han pasado por algo similar en sus tiempos de niñez o con sus hijos, asimismo mensajes que dan a conocer que cada día se aprende de los niños. El lado negativo los usuarios solo se centran en el físico y acción de la maestra, al igual refutan que es poco creíble que una persona pueda adoptar tan rápido y además hay sarcasmo al decir que les ha llegado la historia, agregando (jajaja) al final del texto.
Nº3	MIRA lo que hizo esta MUJER INFIEL después de que su MARIDO perdiera la vista (https://fb.watc h/dXbbOmaMN5/)	En la parte positiva, el tema de los valores en la pareja , también la importancia que debe darse una mujer para no depender de nadie y no engañar a su esposo con ningún familiar del mismo, porque tarde o temprano las consecuencias se pagan ante la voluntad de Dios. El lado negativo los usuarios discuten el tema de exhibir a la mujer como una fácil u objeto sexual y sobre todo por las escenas en donde la vestimenta no es adecuada, por el morbo que ocasiona. Además, se menciona la mala actuación haciendo alusión a las producciones de la Rosa de Guadalupe.
Nº4	Lo MENOSPRECIA BAN por ser especial hasta que se llevaron esta sorpresa (https://fb.watc h/dXbDoTyF1q/)	En la parte positiva, el tema de tratar a los demás como quisiéramos que nos traten , del mismo modo algunas personas opinan que es injusto que no se respete a los minusválidos y que la gente que tiene este tipo de negocios sean más conscientes ya que todos merecen el mismo trato. El lado negativo los usuarios opinan que este tipo de historias ya la han visto en más de una ocasión, pero con distintos actores y que se sienten cansados de este contenido porque ya no existe creatividad, y generan mucho resentimiento en vez de paz en la sociedad.

Nº5	ARRIESGÓ su trabajo por dar de comer a una MENDIGA, no vas a creer lo que pasa (https://fb.watc h/dXbPqWU_1 E/)	La parte positiva, el tema de <u>compartir con las personas que más lo necesitan</u> sin importar su apariencia, igualmente los usuarios opinan que es importante difundir valores en este tipo de situaciones para ser una mejor persona. El lado negativo los usuarios consideran que algunas acciones en la representación de los actores estuvieron mal, asimismo que faltó más contexto en la historia, también que uno de los meseros tiene apariencia de gay y que estos videos no sirven para enseñar valores tan obvios, como el respeto y solidaridad.
Nº6	Padre quiere más a su hijastra que a sus propios hijos (https://fb.watc h/dXb xt ThU/))	La parte positiva, el tema de <u>dar amor a tus propios hijos</u> , es por ello que algunos usuarios opinan que un padre que abandona a sus propios hijos por ir con otra mujer es muy injusto, también que a pesar del abandono los niños jamás guardan rencor a sus padres y en algunas ocasiones los usuarios redactan algo similar que ha ocurrido en su infancia. El lado negativo los usuarios discuten la temática porque comentan que existe casos en donde padres, hijos e hijastros se llevan bien, también hacen mención a la sobreactuación de los actores, asimismo rechazan el hecho de poner a niños en las historias para hacer llegar el mensaje cuando en realidad no lo consiguen.
Nº7	Les presentó a su prometida y su empleada le hizo la vida imposible (https://fb.watc h/dXctUFY9Vv/)	La parte positiva, el tema de los <u>obstáculos como pareja</u> , es decir, lo usuarios opinan que en una relación se pasa por diferentes situaciones y hay que aprender a sobrellevarlo, asimismo destacan la participación de uno de los personajes que tiene síndrome de Down; por su carisma y buen corazón. El lado negativo los usuarios están en una controversia por la mala forma que se trata a una persona con síndrome de Down, además opinan que les desagrada estos videos y que solo lo ven por diversión, sin embargo, se ha resaltado un comentario en donde se corrige algunas faltas que han dicho los actores en sus diálogos.
Nº8	INCREÍBLE como un padre abandona a su hija (https://fb.watc h/dXd0JINaBF/)	La parte positiva, el tema de <u>apoyar a tus hijos sin importar si tienen alguna discapacidad</u> , es así que los usuarios se sienten indignados que existan ese tipo de personas que abandonen a sus hijos minusválidos y que no reciban su castigo por su accionar. El lado negativo los usuarios se cuestionan que no haya continuidad de escenas, también la vestimenta de la niña que cambia de sucia a limpia de manera tan rápida, al igual la apariencia del personaje del papá que sigue siendo la misma y destacan algunas falencias en cuanto a la calidad del audio.

<p>Nº9</p>	<p>ABANDONÓ a su hija por el amor de un hombre sin saber que le pasaría esto (https://fb.watc h/dXdCuErew/)</p>	<p>La parte positiva, el tema de <u>preferir a tus hijos antes que a un hombre</u>, es decir, los usuarios rechazan el actuar de una mujer que abandone a sus hijos por el amor pasajero de un hombre, también que jamás hay que tratar a los hijos como sirvientes, solo brindarles amor y si una madre no puede ocuparse de sus hijos, es mejor dejarlos con alguien responsable antes de causarles más daño. El lado negativo los usuarios resaltan la apariencia de las actrices, la bebé y la niña, y sobre todo el final inconcluso que dejaron, porque la madre no recibió una lección.</p>
<p>Nº10</p>	<p>Expuso la infidelidad de su esposo frente a su amante (https://fb.watc h/dXdV0FJe2/)</p>	<p>La parte positiva, tema de la <u>infidelidad</u> por parte de la pareja, es así como algunos usuarios en sus comentarios opinan que es mejor no ocultar nada a tu pareja porque tarde o temprano se sabrá, también agregan algunas personas su empatía ante dicha situación porque han pasado por lo mismo. El lado negativo los usuarios comentan que ya se sienten cansados por ver lo mismo en varias páginas y con el mismo personaje disfrazado de payaso, asimismo que este contenido es muy parecido a Badabun y también hacen referencia a una escena sobreactuada en donde la chica abofetea a su pareja.</p>

Fuente: Un Escalón a la Vida (Facebook)

Segundo, encuestas a 400 ciudadanos de Zamora en la cual se interpretó su interacción con las redes sociales, en este caso Facebook y los productos audiovisuales que se presentan, también el acercamiento con el contenido de 'Un Escalón a la Vida'. Es así, que en su mayoría las personas consumen videos de reflexión - de otras empresas o Yoon Network -, afirmando que, causa en ellos diferentes sentimientos dependiendo de la historia, asimismo, que el tiempo que ocupan al observar estos videos es mediamente o poco provechoso.

Tercero, un grupo focal a 8 personas que pertenecen a Zamora, en donde se percibió la observación que ellos tienen en cuanto a las empresas que crean este tipo de contenidos y como está generando ciertas respuestas en la sociedad. Por este motivo, se profundizó lo antes ya mencionado, consiguiendo respuestas como: falta más originalidad y preparación de los actores, trabajar más con los aspectos técnicos, locaciones y relucir las riquezas de la cultura del Ecuador. También, llegará un momento en que todo esto acabará, porque la gente se cansa de lo mismo y mismo.

Cuarto y quinto, entrevistas al gerente de Yoon Network en donde se conoció el manejo de la empresa y sus proyectos vinculados a la página de videos de reflexión, y en cambio, los expertos se amplió los conocimientos ante este fenómeno de la producción

audiovisual que se está dando en el Ecuador, tanto en Loja y Zamora, en breve al impacto que genera en los consumidores.

CONCLUSIONES

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

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

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

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

LISTA DE REFERENCIAS

- Alan, D. y Cortez, L. (2018). Investigación cuantitativa y cualitativa. En D. Neill, C. Quezada y J. Rodríguez (Eds.), *Procesos y fundamentos de la investigación científica* (pp. 68-87). Editorial UTMACH. <https://bit.ly/39xYtyQ>
- Antezana, C. (2017). Las características de los procesos de producción audiovisual en la ciudad de Cochabamba. *Punto Cero* 22 (35), pp. 23- 37. Diciembre 2017. ISSN 1815- 0276. <https://bit.ly/3a0L8it>
- Arias, F. (2012). La Investigación científica. En S. Carlos (Ed.), *El Proyecto de Investigación – Introducción a la metodología científica* (pp. 9-139). Editorial Episteme. <https://bit.ly/3PqxF3F>
- Baena, G. (2017). Protocolo y diseño de la Metodología de la Investigación. *Metodología de la Investigación* (pp. 51- 106). Grupo Editorial Patria. <https://bit.ly/3wxNCOV>
- Cáceres, L. (2020). Un Mundo Digital. *Cómo triunfar en el mundo digital*. Grijalbo. <https://bit.ly/3PrU8xD>
- Díaz- Bravo, L., Torruco- García, U. et al. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Revista de Investigación en Educación Médica*, 2 (7), 162-167. ISSN 2007 – 865 X. <https://bit.ly/3nUfaZy>

- Escobar, J., et al. (2017). Grupos focales: una guía conceptual y metodológica. *Cuadernos hispanoamericanos de psicología*, 9 (1), 51-67. <https://bit.ly/3sD8h12>
- Katz, M., et al. (2019). La encuesta y el cuestionario: características generales. *La técnica de encuesta: Característica y aplicaciones* (pp. 2- 5). UBA. <https://bit.ly/3PjICnT>
- López, P. y Fachelli, S. (2015). Producción – La Encuesta. *Metodología de la investigación social cuantitativa* (pp. 5- 35). Creative commons. <https://bit.ly/3sDDpNK>
- Morocho, J. (2020). *Información sobre la empresa Yoon Network/ entrevistado por Stefani Armijos et al.* Periodismo Comunitario e Intercultural, material de la Carrera de Comunicación de la Universidad Nacional de Loja.
- Orozco, G. (2017). *TVMorfosis 6. Gestión y consumo de contenidos digitales. Nuevos Modelos*. Tintable. <https://bit.ly/3yNm74N>
- PDOT. (2020). *Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Zamora* (pp. 1 - 449). ARKAPP. <https://bit.ly/3OHIE9s>
- Piza, N., et al. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa, algunas precisiones necesarias. *Revista Conrado*, 15 (70), 455-459. ISSN 1990-8644. <https://bit.ly/3yJJXi1>
- Rodríguez, G. (Presentador). (2015, 19 de octubre). Los vídeos en Facebook (Núm. 12) [Episodio de podcast de audio]. En *Atrapados en la red*. Cadena SER. <https://bit.ly/3PsUlK0>
- Ruiz, J. (2012). La investigación cualitativa. *Metodología de la investigación cualitativa* (pp. 11- 50). Deusto. <https://bit.ly/3wwHrZJ>
- Taguena, J. y Vega, M. (2012). Técnicas de investigación social – las entrevistas abierta y semidirecta. *Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades, nueva época*, 1 (1), 58- 94. ISSN 1870- 7289. <https://bit.ly/3a6GShF>
- Yoon Network. (2021). *Un Escalón a la Vida* [<https://www.facebook.com/UnEscalonalaVidaYN>]. Facebook. Recuperado el 25 de enero de 2022 de <https://www.facebook.com/UnEscalonalaVidaYN>