



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**“LOS “YOUTUBERS GAMERS” ESPAÑOLES Y SU
INFLUENCIA EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA
IDENTIDAD CULTURAL EN NIÑOS DE 9 A 12 AÑOS DE
EDAD EN LA ESCUELA PARTICULAR MIXTA
“CHELCIE” DE DURAN, 2018”.**

LINEA DE INVESTIGACION:

COMUNICACIÓN CULTURA Y DESARROLLO COMUNITARIO

AUTOR: JERSON RONNY SANCHEZ LEMA

TUTOR: DR. GUIDO NIMÁN MORENO CÓRDOVA, MSC

GUAYAQUIL, ECUADOR, 2019



Facultad de Comunicación Social

Carrera de Comunicación Social

UNIDAD DE TITULACIÓN



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	“Los “youtubers gamers” españoles y su influencia en la construcción de la identidad cultural en niños de 9 a 12 años de edad en la escuela particular mixta “Chelcie” de duran, 2018”.		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Sánchez Lema Jerson Ronny		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Tutor: Dr. Guido Nimán Moreno Córdova, Msc Revisora: Msc. Narcisa Pilar Contreras León		
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Facultad de Comunicación Social		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Comunicación Social		
GRADO OBTENIDO:	Licenciatura en Comunicación Social		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	18-02-2019	No. DE PÁGINAS:	98
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comunicación cultura y desarrollo comunitario		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Construcción de identidad, cultura, influencia, youtubers, gamers, folclore. Construction of identity, culture, influence, youtubers, gamers, folklore.		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>Problema: ¿Cómo incide la influencia de los youtubers gamers españoles en la construcción de identidad cultural en los niños de 9 a 12 años de la escuela particular mixta “Chelcie”? Objetivo: Determinar la influencia en la construcción de identidad en los jóvenes de 9 a 12 años de la escuela particular mixta “Chelcie” a partir de la recepción de los youtubers gamers españoles. Hipótesis: Se manifiesta que la construcción de identidad de los niños de 9 a 12 años de la escuela particular mixta “Chelcie” se debe a la recepción de los videos transmitidos por los youtubers gamers españoles. Variables: Construcción de identidad cultural, influencia. Tipo: Exploratoria, Diseño: No experimental, transeccional. Metodología: Fenomenología. Técnicas de investigación: Cuantitativas y cualitativas. Muestra: No probabilística, por cuotas. Propuesta: Impartir talleres prácticos y teóricos de danza folclórica dentro de la institución académica con el objetivo de recuperar la identidad cultural de las raíces ecuatorianas buscando rescatar las costumbres que identifican a nuestros pueblos.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0997406184	E-mail: jerson.sanchezl@ug.edu.ec	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Dr. Guido Nimán Moreno Córdova, Msc		
	Teléfono: 0996606066		
	E-mail: guido.morenoc@ug.edu.ec		



Carrera de Comunicación Social
UNIDAD DE TITULACIÓN

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado, **Dr. Guido Moreno Córdova, Msc**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por, **Jerson Ronny Sánchez Lema, C.C.: 0919521443**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciado en Comunicación Social.

Se informa que el trabajo de titulación: **“Los “youtubers gamers” españoles y su influencia en la construcción de la identidad cultural en niños de 9 a 12 años de edad en la escuela particular mixta “Chelcie” de duran, 2018”**. Ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio Urkund quedando el **5%** de coincidencia.

URKUND

Documento: TESIS DE JERSON SANCHEZ LEMA.docx (D47439979)
Presentado: 2019-01-31 04:57 (-05:00)
Presentado por: leonela.maciasr@ug.edu.ec
Recibido: leonela.maciasr.ug@analysis.urkund.com
Mensaje: Trabajo de Sánchez Lema [Mostrar el mensaje completo](#)
5% de estas 30 páginas, se componen de texto presente en 9 fuentes.

Lista de fuentes Bloques

- Tesis-José Méndez1.docx
- titulacion LENNY DAYANNA RO JAS PIÑEROS.pdf
- <http://eprints.rclis.org/32628/>
- <https://www.esportsunlocked.com/fortnite/elrubius-organiza-torneo-de-fortnite-con-100-you...>
- Trabajo de Titulación Joselin y Narcisca.docx
- <http://www.brandmanic.com/youtubers-marketing-influencia/>
- tesis-casi-lista01.docx

0 Advertencias. Reiniciar Exportar Compartir

100% #1 Activo

Archivo de registro Urkund: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL / tesis-casi-lista01.docx 100%

Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA 1.2.1.
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA ¿
Cómo influye la

y sistematización del problema
1.2.1 Formulación del problema
¿Cómo influye en la

construcción de identidad cultural a partir de la influencia de los youtubers gamers españoles en los niños de 9 a 12 años de la escuela particular mixta "Chelcie" del año lectivo 2018-2019? 1.2.2. Sistematización del problema

¿Cuáles son las principales teorías que permite estudiar construcción de identidad cultural y la influencia de los youtubers gamers españoles? ¿Cuáles son los métodos y técnicas más utilizadas para estudiar en la influencia de los youtubers gamers? ¿Cuál es el grado de recepción que poseen los youtubers gamers españoles en los niños de 9 a 12 años de la escuela particular mixta "Chelcie" y su influencia en la construcción de identidad cultural? ¿Cuáles son los procesos necesarios para diagnosticar el comportamiento de los niños de 9 a 12 años de la escuela particular mixta "Chelcie" del año lectivo 2018-2019? 1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar la influencia en la construcción de identidad cultural en los jóvenes de 9 a 12 años de la escuela particular mixta "Chelcie" a partir de la influencia de los youtubers gamers españoles. 1.3.2 Objetivos específicos

<https://secure.urkund.com/view/46354431-142571-208268#DcQxDslwFETBu7h+Qt6N/W3nKigFigC5IE1KxN3JFPNNzOt94zQ1bXRggqKFBdHQ2MMy44cMOdhUIlaHTGRjrn+5ivuT+O/ZnWfMul57HICjWHHfX3Bw==>

DR. GUIDO NIMÁN MORENO CÓRDOVA, MSC

C.C. 0905186631



Facultad de Comunicación Social
Carrera de Comunicación Social
UNIDAD DE TITULACIÓN

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA
PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES
NO ACADÉMICOS**

Yo, **JERSON RONNY SANCHEZ LEMA** con C.C. No. **0919521443**, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **“LOS “YOUTUBERS GAMERS” ESPAÑOLES Y SU INFLUENCIA EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN NIÑOS DE 9 A 12 AÑOS DE EDAD EN LA ESCUELA PARTICULAR MIXTA “CHELCIE” DE DURAN, 2018”**. Son de mi absoluta propiedad y responsabilidad y según EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente

JERSON RONNY SANCHEZ LEMA
C.C. No.0919521443

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.



Facultad de Comunicación Social

Carrera de Comunicación Social

UNIDAD DE TITULACIÓN

Guayaquil, 18 de febrero del 2019

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Habiendo sido nombrada **MSC. NARCISA PILAR CONTRERAS LEÓN**, tutora del trabajo de titulación, **“LOS “YOUTUBERS GAMERS” ESPAÑOLES Y SU INFLUENCIA EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN NIÑOS DE 9 A 12 AÑOS DE EDAD EN LA ESCUELA PARTICULAR MIXTA “CHELCIE” DE DURAN, 2018”**. Certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por **JERSON RONNY SANCHEZ LEMA** con C.C. No. **0919521443**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL** en la carrera de Comunicación Social de la facultad de Comunicación Social, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

MSC. NARCISA PILAR CONTRERAS LEÓN

C.C. No. 120322222-7



Facultad de Comunicación Social
Carrera de Comunicación Social
UNIDAD DE TITULACIÓN

Guayaquil, 18 de febrero del 2019

Licenciado

Julio César Armanza A. Msc

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad. – Guayas

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación, “LOS “YOUTUBERS GAMERS” ESPAÑOLES Y SU INFLUENCIA EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN NIÑOS DE 9 A 12 AÑOS DE EDAD EN LA ESCUELA PARTICULAR MIXTA “CHELCIE” DE DURAN, 2018”. Del estudiante JERSON RONNY SANCHEZ LEMA, indicando ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que el estudiante está apto para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

DR. GUIDO MORENO CÓRDOVA, MSC

C.C. 0905186631

DEDICATORIA

A Dios por haberme dado la vida y salud para culminar este peldaño más de mi camino profesional, a mis padres por haberme apoyado en este arduo camino, a mi madre por darme el cariño, amor y comprensión suficiente para seguir adelante en todos estos años de estudio, a mi hermano quien es la motivación día a día para darle un futuro mejor.

Y en general a todas las personas que me dieron su apoyo para poder obtener este logro.

AGRADECIMIENTOS

A todos mis compañeros, amigos y conocidos que me vieron crecer poco a poco y siempre creyeron en mí, a la Universidad de Guayaquil por brindarme los recursos necesarios para culminar mis estudios universitarios, a todos los profesores que hicieron más que enseñar su cátedra y fueron más allá enseñándome lecciones de vida.

TABLA DE CONTENIDO

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD	II
LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS	III
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR	IV
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTOS	VII
Resumen.....	XIII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	5
EL PROBLEMA	5
1.1 Planteamiento del problema	5
1.2 Formulación y sistematización del problema	6
1.2.1 Formulación del problema	6
1.2.2. Sistematización del problema	6
1.3 Objetivos de la investigación	7
1.3.1 Objetivo general	7
1.3.2 Objetivos específicos	7
1.4 Justificación	7
1.5 Delimitación del problema	8
1.6 Hipótesis.....	9
1.6.1 Detección de las variables	9
1.6.2 Definición conceptual de las variables	9
1.6.3 Definición real de las variables	10
1.6.4 Definición operacional de las variables.....	10
CAPÍTULO II	11
MARCO TEÓRICO	11
2.1. Antecedentes de la investigación.....	11
2.2. Marco teórico.....	15
2.2.1. Comunicación	15
2.2.2. Influencia de videos de YouTube	19
2.2.3. Semiótica visual.....	22
2.2.4. Construcción de identidad.....	25
2.2.5. Estereotipos sociales	29
2.2.6. Influencia de los Youtubers gamers	32

2.2.7. Distribución de contenidos	36
2.2.8. Nuevas bases teóricas de la recepción y construcción de identidad	39
2.3. Marco contextual	42
2.4. Marco conceptual	44
2.5. Marco legal.....	46
CAPÍTULO III	48
MARCO METODOLÓGICO Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	48
3.1. Diseño de investigación	48
3.3. Tipo de investigación.....	48
3.4. Enfoque de la investigación	49
3.5. Metodología	49
3.6. Técnicas e instrumentos de investigación	49
3.7. Población y muestra	49
3.7.1. Población.....	49
3.8. Análisis de los Resultados de los instrumentos Aplicados.....	50
3.8.1. Encuestas.....	50
3.8.2. Análisis del resultado de cada pregunta de la encuesta.....	61
3.8.3. Entrevista.....	62
CAPÍTULO IV.....	64
DISEÑO DE LA PROPUESTA	64
4.1. Propuesta.....	64
4.2. Objetivos de la propuesta	65
4.2.1. Objetivo General.....	65
4.2.2. Objetivos Específicos	65
4.3. Beneficiarios.....	65
4.3.1. Directos:.....	65
4.3.2. Indirectos:.....	66
4.4. Descripción de la propuesta.....	66
4.5. Afiche del taller vacacional.....	67
4.6. Cronograma de actividades.....	68
4.7. Presupuesto.....	68
CONCLUSIONES	69
RECOMENDACIONES	70
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	72
APENDICE	77

Índice de tablas

Tabla 1: Definición operacional de las variables (Autoría propia).....	10
Tabla 2: Zonificación Semiótica.....	23
Tabla 3: Ranking de youtubers gamers españoles mas seguidos	33
Tabla 4: Población del trabajo investigativo	50
Tabla 5: tiempo de comienzo de visualización de videos en Youtube.....	51
Tabla 6: Horas invertidas en ver videos de youtubers gamers españoles	52
Tabla 7:Youtubers gamers españoles favoritos	53
Tabla 8: Medios usados para ver Youtube.....	54
Tabla 9: Palabras que más usan escuchadas por los youtubers	55
Tabla 10: identificación con los youtubers españoles.....	56
Tabla 11: imitación de las expresiones de los youtubers	57
Tabla 12: Control parental en el tiempo de consumo de Youtube	58
Tabla 13: Nivel de aceptación en actividades didácticas e interactivas	59
Tabla 14: Nivel de aceptación de los talleres de folclor ecuatoriano	60

Índice de gráficos

Gráfico 1: Concepción temporal de la construcción de la identidad.....	27
Gráfico 2: Redes más utilizadas	31
Gráfico 3: Influenciadores importantes para la distribución del vídeo online.....	34
Gráfico 4: Cómo crear contenido de valor para tu canal	37
Gráfico 5: tiempo de comienzo de visualización de videos en Youtube.....	51
Gráfico 6: Horas invertidas en ver videos de youtubers gamers españoles.....	52
Gráfico 7: Youtubers gamers españoles favoritos.....	53
Gráfico 8: Medios usados para ver Youtube.....	54
Gráfico 9: Palabras que más usan escuchadas por los youtubers	55
Gráfico 10: identificación con los youtubers españoles.....	56
Gráfico 11: imitación de las expresiones de los youtubers.....	57
Gráfico 12: Control parental en el tiempo de consumo de Youtube	58
Gráfico 13: Nivel de aceptación en actividades didácticas e interactivas	59
Gráfico 14: Nivel de aceptación de los talleres de folclor ecuatoriano.....	60

Índice de Figuras

Figura 1: Modelo de comunicación visual	24
Figura 2: Construcción de identidad	28
Figura 3: temáticas principales de los youtubers	30
Figura 4: Torneo de Fortnite	37
Figura 5: Porque eres tan cruel Súper Mario Maker Challenge #2	40
Figura 6: En la Jungla. Muchos niños quieren ser YouTuber ya que buscan imitar a sus ídolos.	41
Figura 7: Unidad Educativa Chelcie. (Obtenida de la página de Facebook oficial de la institución, 2016).....	42



Facultad de Comunicación Social

Carrera de Comunicación Social

UNIDAD DE TITULACIÓN

“Los “youtubers gamers” españoles y su influencia en la construcción de la identidad cultural en niños de 9 a 12 años de edad en la escuela particular mixta “Chelcie” de duran, 2018”.

Autor: Jerson Ronny Sanchez Lema

Tutor: Dr. Guido Moreno Córdova, Msc

Resumen

Problema: ¿Cómo incide la influencia de los youtubers gamers españoles en la construcción de identidad cultural en los niños de 9 a 12 años de la escuela particular mixta “Chelcie”? Objetivo: Determinar la influencia en la construcción de identidad en los jóvenes de 9 a 12 años de la escuela particular mixta “Chelcie” a partir de la recepción de los youtubers gamers españoles. Hipótesis: Se manifiesta que la construcción de identidad de los niños de 9 a 12 años de la escuela particular mixta “Chelcie” se debe a la recepción de los videos transmitidos por los youtubers gamers españoles. Variables: Construcción de identidad cultural, influencia. Tipo: Exploratoria, Diseño: No experimental, transeccional. Metodología: Fenomenología. Técnicas de investigación: Cuantitativas y cualitativas. Muestra: No probabilística, por cuotas. Propuesta: Impartir talleres prácticos y teóricos de danza folclórica dentro de la institución académica con el objetivo de recuperar la identidad cultural de las raíces ecuatorianas buscando rescatar las costumbres que identifican a nuestros pueblos.

Palabras claves: Construcción de identidad, cultura, influencia, youtubers, gamers, folclore.



Facultad de Comunicación Social

Carrera de Comunicación Social

UNIDAD DE TITULACIÓN

"The Spanish" youtubers gamers "and their influence in the construction of the cultural identity in children from 9 to 12 years old in the private school" Chelcie "de Durán, 2018".

Autor: Jerson Ronny Sanchez Lema

Scientific advisor: Dr. Guido Moreno Córdova, Msc

Abstract

The problem is: how does the influence of the Spanish youtubers gamers influence on the construction of cultural identity in children from 9 to 12 years old of the private school "Chelcie"? The objective is: to determine the influence on the construction of identity on young people from 9 to 12 years old of the mixed private school "Chelcie" from the reception of the Spanish youtubers gamers. The hypothesis is: it is stated that the construction of identity of children from 9 to 12 years old of the private school "Chelcie" is due to the reception of the videos transmitted by the Spanish youtubers gamers. Variables are: construction of cultural identity and influence. The type is: exploratory, the design is: non-experimental, transectional. The methodology is: phenomenology. It was used 2 research techniques: 1 quantitative and 1 qualitative. Statistics: non-probabilistic, by installments. The proposal is: to give practical and theoretical workshops of folkloric dance in the academic institution with the aim of recovering the cultural identity of the Ecuadorian roots seeking to rescue the customs that identify our peoples.

Keywords: Identity construction, culture, influence, youtubers, gamers, Spanish, folklore.

C.I. 0959126475

INTRODUCCIÓN

En esta investigación de “Los “youtubers gamers” españoles y su influencia en la construcción de la identidad cultural en niños de 9 a 12 años de edad en la escuela particular mixta “Chelcie” de duran, 2018”. Tiene como objetivo estudiar los métodos, teorías y procesos que implican conocer el cambio y adaptación de la identidad cultural propia a una extranjera como son la de los youtubers españoles y la influencia de sus videos en los jóvenes de la escuela Chelcie.

La plataforma YouTube desde sus inicios que tiene lugar el 14 de febrero del 2005 ha sido uno de los medios de entretenimiento más grandes del mundo, acunando a más de 1,900 millones de cuentas registradas las cuales acceden a la página mes a mes consumiendo miles de millones de horas en videos, entre el abanico tan grande de creadores de contenidos que posee este sitio, encontramos a los “Gamers”, personas que destinan su tiempo a grabar, editar y publicar videos de “Gameplays”, videojuegos de cualquier categoría comentados por los mismos youtubers, procurando atraer a una audiencia joven, en lo general edades que comprenden un rango desde los 9 años en adelante, exceptuando casos en los que existen personas de edades mucho menores a la indicada.

Este estudio es relevante porque permite identificar cuáles son los factores que implican que la influencia que los videos de estos youtubers gamers generen un cambio la identidad cultural de los niños y adolescentes de la escuela Chelcie, transformando sus costumbre, hábitos, expresiones y actitudes a la de un personaje español que crea contenido en esta plataforma digital de entretenimiento masivo.

El desarrollo, ejecución y estructura de esta investigación permite determinar ¿Cómo influye en la construcción de identidad cultural a partir de la influencia de los youtubers gamers españoles en los niños de 9 a 12 años de la escuela particular mixta “Chelcie” del año lectivo 2018-2019?

El análisis de la investigación de campo comprende el estudio de la comunicación, la recepción e influencia de los videos de los youtubers gamers, la semiótica visual, los estereotipos sociales y youtube como la principal plataforma de difusión de contenidos influyentes para los jóvenes estudiantes de la unidad educativa.

Como objetivo general el presente proyecto tiene el trabajo de determinar la influencia en la construcción de identidad cultural en los jóvenes de 9 a 12 años de la escuela particular mixta “Chelcie” a partir de la influencia de los youtubers gamers españoles.

Este estudio tiene como hipótesis que los cambios de identidad cultural de los niños de 9 a 12 años de la escuela particular mixta “Chelcie” se debe a la influencia de los videos transmitidos por los youtubers gamers españoles.

Los youtubers gamers españoles se han convertido en unos de modelos a seguir más importantes de la última década para los jóvenes que consumen su contenido en la plataforma “youtube” generando una influencia notable entre la audiencia, con videos llamativos y con temáticas actuales, dando a mostrar los últimos lanzamientos de juegos en el mercado generando así atracción hacia quienes siguen este género de videos.

El trabajo de investigación presente se estructura de la siguiente manera:

Capítulo I.- Comprende la exposición del planteamiento del problema aplicada a la unidad educativa “Chelcie” manifestando los inconvenientes que el mismo produce, así como la formulación y sistematización que comprende la influencia que los “youtubers gamers españoles” generan en la construcción de identidad cultural, de la misma manera se plantea los objetivos de la investigación, dando a conocer el objetivo general y sus cuatro objetivos específicos delimitando su aplicación en el estudio realizado, además se presenta las variables ejecutables para las aplicaciones metodológicas como lo son, influencia y construcción de identidad cultural.

Capítulo II.- Se lleva a cabo el desarrollo del marco teórico y los principales conceptos y referencias teóricas del estudio de la influencia y la identidad cultural, así como un análisis de las bases de la investigación, obtenidos de diferentes fuentes bibliográficas, publicaciones científicas, tesis, libros físicos, revistas científicas, libros digitales que son parte de las herramientas que permiten abarcar un poco más las ramas teóricas y epistemológicas y los estudios ya antes realizados, así mismo el análisis de la recepción de los videos de la plataforma de youtube, construcción de identidad, estereotipos sociales, influencia de los youtubers, distribución de contenidos y sus nuevas bases teóricas.

Capítulo III.- Se expone las técnicas y los métodos empleados en el estudio del problema de la influencia y la construcción de identidad, indicando que el nivel de la investigación es exploratorio y descriptivo, así como el diseño toma una postura no experimental transeccional, además del estudio cualitativo donde se conoció la opinión de los docentes de la Unidad Educativa Chelcie en este caso una Lcda. En Psicología y el método cuantitativo por medio de la

técnica de la encuesta, donde se conoce con mayor precisión el impacto e influencia que poseen los youtubers gamers españoles frente a los estudiantes.

Capítulo IV.- Se da a conocer la propuesta, así como sus beneficios y su plan de trabajo, siendo esta la mejor opción basada en la investigación previamente ejecutada y todos los parámetros que el estudio arrojó para que el desarrollo de la misma sea la más óptima y apropiada para los estudiantes de la escuela “Chelcie”.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema.

La Plataforma Social YouTube se ha convertido hoy en día en uno de los canales de difusión de entretenimiento más grandes del mundo y de los más influyentes en los espectadores que consumen su contenido, sobre todo en aquellos que oscilan edades entre 9 y 12 años , este centro de esparcimiento está plagado de personajes llamados “influencers” o “Youtubers” que ofrecen un espacio que muestran videos de “Gameplays”, juegan y muestran videojuegos de la actualidad, la mayoría de estos personajes son de Nacionalidad Europea y un gran porcentaje en su mayoría son Españoles.

En la Unidad Educativa Chelcie se puede palpar en los estudiantes que comprenden las edades de 9 a 12 años el problema analizado en esta investigación, en donde la interacción entre los niños y jóvenes es diferente a la de aquellos individuos que no consumen este tipo de videos en YouTube y que construyen su identidad de una manera distinta.

El problema se manifiesta cuando estos jóvenes que consumen estos videos al encontrarse en un entorno en donde buscan sentirse incluidos en un rol social recurren a reflejar las cualidades de estos “Youtubers” como su identidad propia a través de la recepción de estos contenidos en la plataforma, de esta manera adoptan estos rasgos que identifican a estos creadores de contenido españoles y la modifican para sí mismos, sus expresiones, frases y aptitudes lo adoptan como suyos, desarrollando así una imagen social que el resto de niños copiará, dejando de lado la identidad cultural que los identifica como ecuatorianos.

El grupo de participantes afectados en esta situación son los niños y jóvenes cuyo principal objetivo es la aceptación y adaptación a lo actual dentro de una sociedad y estos para no ser rechazados localizan estas comunidades en donde comparten los mismos gustos y las mismas aptitudes y ser parte de ellas.

En este estudio se plantea analizar como los jóvenes de 9 a 12 años de la escuela Chelcie construyen su identidad a partir de la influencia de videos de youtubers españoles y su relación con la sociedad.

1.2 Formulación y sistematización del problema.

1.2.1 Formulación del problema.

¿Cómo influye en la construcción de identidad cultural a partir de la influencia de los youtubers gamers españoles en los niños de 9 a 12 años de la escuela particular mixta “Chelcie” del año lectivo 2018-2019?

1.2.2. Sistematización del problema.

¿Cuáles son las principales teorías que permite estudiar construcción de identidad cultural y la influencia de los youtubers gamers españoles?

¿Cuáles son los métodos y técnicas más utilizadas para estudiar en la influencia de los youtubers gamers?

¿Cuál es el grado de recepción que poseen los youtubers gamers españoles en los niños de 9 a 12 años de la escuela particular mixta “Chelcie” y su influencia en la construcción de identidad cultural?

¿Cuáles son los procesos necesarios para diagnosticar el comportamiento de los niños de 9 a 12 años de la escuela particular mixta “Chelcie” del año lectivo 2018-2019?

1.3 Objetivos de la investigación.

1.3.1 Objetivo general.

Determinar la influencia en la construcción de identidad cultural en los jóvenes de 9 a 12 años de la escuela particular mixta “Chelcie” a partir de la influencia de los youtubers gamers españoles.

1.3.2 Objetivos específicos.

- Definir las principales teorías que permite estudiar la influencia de los youtubers gamers españoles.
- Estudiar los métodos y técnicas que permiten estudiar la influencia de los youtubers gamers españoles.
- Examinar el dominio actual de la construcción de identidad cultural a partir de la influencia de los youtubers gamers españoles en los niños de 9 a 12 años de la escuela particular mixta “Chelcie” del año lectivo 2018-2019.
- Proponer un taller vacacional con el fin de promover la identidad cultural ecuatoriana a través de espacios prácticos y teóricos de folclore buscando rescatar las costumbres y raíces nacionales.

1.4 Justificación.

Este estudio que se realiza es fundamental porque busca analizar las causas y los efectos que implica la influencia en la recepción de la construcción de

identidad cultural en los niños y jóvenes de la escuela Chelcie e identificar los comportamientos dentro de la comunidad a raíz de su adaptación al común social.

Es relevante porque permite analizar los contenidos que los creadores de esta plataforma comparten con la comunidad de YouTube y así poder entender cuáles son los aspectos que hacen cambiar la percepción de lo social en los niños que consumen este contenido y logran cambiar su identidad a raíz de una mayoría que al igual que ellos pretenden encajar en la sociedad.

Esta investigación tiene un carácter novedoso ya que pretende entender más a fondo los cambios en el carácter de los jóvenes como un aspecto social, con este estudio se busca profundizar en el tema y determinar cuáles son los puntos que influyen en la construcción de identidad cultural a partir de la influencia de los youtubers gamers españoles en niños de 9 a 12 años de la escuela particular mixta "Chelcie".

1.5 Delimitación del problema.

Esta investigación se centra en analizar la influencia que poseen los youtubers gamers españoles en la construcción de identidad cultural a partir de la recepción de sus videos en los niños de 9 a 12 años de la escuela particular mixta "Chelcie" del año lectivo 2018-2019. Este estudio propone un taller vacacional a los estudiantes de la unidad educativa Chelcie en donde se llevará a cabo un plan de actividades prácticas y teóricas de folclore ecuatoriano que permita recordarles a los jóvenes su verdadera identidad cultural.

1.6 Hipótesis.

Se manifiesta que la construcción de identidad cultural de los niños de 9 a 12 años de la escuela particular mixta “Chelcie” se debe a la influencia de los videos transmitidos por los youtubers gamers españoles.

1.6.1 Detección de las variables.

- a) Influencia
- b) Construcción de identidad cultural

1.6.2 Definición conceptual de las variables.

En el artículo *Trayectos de vida y construcción de televidencias. Un estudio a la luz del análisis crítico de recepción*, de la revista se anuncia:

[...] “El proceso de recepción es resultado de múltiples solapamientos contextuales e institucionales que dan forma a la óptica con la que se mira la pantalla, También muestran el papel de dicha pertenencia en la selección de contenidos para su consumo, así como el planteamiento de prácticas de postconsumo tales como el comentar aquello que se vio con amigos y compañeros de escuela.” (Zabala, 2017, P.120)

En el artículo *La identidad como construcción de sentido* de la revista *Andamos*, se establece:

[...] “La identidad es una construcción que supone alienación y creación al mismo tiempo; necesarios para darle certeza al yo de lo que no es y, a su vez, inventar y creer lo que es, esforzándose por un pacto de reconocimiento con el mundo. (...) Es una construcción imaginaria, síntesis de múltiples tiempos y espacios.” (Ramírez, 2017, P. 2-4)

1.6.3 Definición real de las variables.

La influencia de las nuevas plataformas digitales y en este caso de los videos que son transmitidos por la tendencia de los youtubers gamers españoles en los jóvenes actualmente es bastante ocurrente, pues los jóvenes están en constante acceso a estos materiales audiovisuales la **construcción de identidad** es notable en los niños, pues muchos de ellos adoptan ciertas actitudes y comportamientos que son transmitidos por estos youtubers.

La influencia de estos videos surge en el momento en que los niños al observar las imágenes y escuchar el léxico que utilizan estos youtubers son adaptados y hasta cierto punto imitados por los jóvenes.

1.6.4 Definición operacional de las variables.

Tabla 1: Definición operacional de las variables (Autoría propia)



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación.

La plataforma digital “Youtube” es uno de los canales de difusión de videos y entretenimiento más grandes de internet y dentro de este medio se encuentran los “youtubers gamers” creadores de contenidos (videos) que buscan estar a la par de las tendencias sociales y del mundo de los videojuegos para crear entretenimiento llamativo para los jóvenes, destacándose por su forma de hablar, de jugar, de llevar su canal de youtube, su carisma, su modo de ser que los distingue unos de otros, lo que genera variedad para todos los gustos, los mismos que los adolescentes imitan y generan una nueva manera de llevar su identidad cultural muy diferente a la de su país de origen.

Las cualidades que identifican a cada youtuber son las actitudes que toman como propias los jóvenes los cuales los admiran y que se ven reflejados como ellos en un futuro.

En el artículo *Los youtubers y la construcción de la identidad adolescente* de la revista Comunicar, se anuncia:

[...] “Los youtubers son percibidos por los jóvenes como sus iguales, aunque también con cualidades (creatividad o talento) que suelen admirar. Además, son personas cercanas a sus seguidores, en el sentido que comparten rasgos similares (edad, idioma, cultura, contexto social, etc.) a los adolescentes que les siguen, lo que facilita la rápida identificación con ellos.” (Pérez & Pastor, Et Al. citando a Westenberg, 2018, P.2)

El contexto social en el que se encuentran los adolescentes con ideas contemporáneas a los youtubers gamers son el motivo por el cual se dejan influenciar por estas tendencias, siguiendo así un común cultural siendo este muy contrario al de sus países, puesto que estos creadores de contenido son del continente europeo, más específicamente, españoles, con costumbres e ideologías completamente distintas.

Las últimas décadas digitalizadas han creado una facilidad en las familias tanto en los padres como en los hijos trayendo consigo al mismo tiempo problemas, ya que el control de lo que ven y que tanto consumen estos jóvenes en youtube es limitada, siendo este tiempo dedicado a estas plataformas, lapsos de entretenimiento y de descanso de los padres hacia sus hijos, perdiendo poco a poco este lazo padre-hijo, y de esta manera pasa desapercibido que el periodo de tiempo que sus hijos prestan al contenido de los youtubers gamers españoles está generando un cambio importante en la identidad cultural de cada uno de ellos.

En el artículo *La estructura familiar de los Simpsons a través del dibujo infantil* de la Revista Mexicana de Investigación Educativa, se presenta:

[...] “Debido a la gran cantidad de imágenes diarias cargadas de mensajes para consumir. Ante esta situación, los padres han perdido el papel que desempeñaron en el desarrollo de los valores y la visión del mundo en un pasado reciente. En los años veinte del pasado siglo, con la protección de la infancia, los niños(as) tenían pocas experiencias que no estuvieran observadas y controladas por los padres o actividades que a través del dibujo infantil no fueran compartidas con ellos. (...) La producción dirigida hacia el infante sigue originando patrones o prototipos de géneros muy estáticos.” (Chacón & Sánchez, 2009, P.2-3)

Debido a este problema de control parental en el ámbito digital, de la toma de decisiones de los tiempos de consumo de contenido en youtube y la falta de atención hacia sus hijos, los valores que en un pasado los padres inculcaban a los suyos con el paso de los años se va perdiendo, dejando paso libre a que aprenda ideologías externas a través de internet.

En un aspecto más técnico se podría definir a “Youtube” como una herramienta sociotécnica siendo esta un puente entre los aspectos tecnológicos como lo son el detrás de cámaras de un youtuber, la producción, grabación y edición y por otra parte está el contacto directo y la interacción con los usuarios que son la audiencia del trabajo final de cada video que es publicado por estos creadores de contenido, poniendo youtube como la empresa, los youtubers como los trabajadores y el público como los clientes que observan la conclusión de todo el proceso.

En el artículo *Un análisis de YouTube como artefacto sociotécnico de la Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social*, se manifiesta:

[...] “YouTube representa la clase de medio descrito por Yochai Benkler en *The Wealth of Networks* (2006), en el cual coexisten contenidos comerciales, con amateurs, gubernamentales, empresariales, sin fines de lucro, educativos, activistas y sensacionalistas. (...) YouTube potencialmente es una arena de conflicto y renegociación entre diferentes formas de poder, traducidas no solamente en lo que la empresa propietaria, Google, considera apropiado mantener publicado, sino también en lo que impulsan usuarios con diversas aficiones e intereses, y lo que tienen que decir al respecto grupos de poder que

detentan o dicen detentar derechos de autor eventualmente vulnerado.” (Siri, 2008, P.2)

Finalmente “Youtube” termina siendo un negocio en donde captar la mayor cantidad de audiencia es su objetivo, cautivando a los jóvenes con contenidos actuales y dentro de ellos promocionar las marcas que les pagan por las vistas en cada uno de sus videos, tratando de lograr más ganancias para las grandes empresas que apuestan por su publicidad en una plataforma que día con día crece más en el mundo del internet.

Actualmente el porcentaje de población que sigue viendo la televisión como medio de entretenimiento es muy bajo sobre todo en los jóvenes y adolescentes que prefieren otra alternativa más actual como lo son youtube y facebook, debido a que los videos que son publicados en youtube son replicados en la red social facebook para de esta manera atraer más audiencia a la plataforma.

En la tesis de maestría *Cambio en los modos de producción y de consumo del audiovisual por efecto de las exigencias parámetros de estructura comunicacional de las redes sociales como YouTube y Facebook: el caso de Enchufe.tv*, se expresa:

[...]“Las nuevas tecnologías y el desarrollo de las plataformas colaborativas (Facebook y YouTube) revolucionaron el consumo audiovisual, lo que permitió el nacimiento de nuevos flujos de consumidores que navegan en el ciberespacio al mismo tiempo y con distintas interpretaciones provocando una disminución del consumo televisivo y como decía Marshal, dando paso al nacimiento del rol predominante del usuario como productor y consumidor (prosumidor) lo que fomentó una mayor interacción persona- ordenador, aumentó el recurso de

usabilidad y marcó la evolución en las interaudiencias.” (Ramos citando a Scolari, 2016, P.41)

Latinoamérica tiene un auge significativo en creación de canales de entretenimiento por parte de youtubers gamers, así como creadores de contenido que día a día superan las expectativas y llegan a tener cuentas con miles de seguidores, subiendo contenido constante, sin embargo, la audiencia adolescente sigue prefiriendo a los personajes españoles como sus favoritos a la hora de buscar un momento de esparcimiento.

Estos contenidos gráficos tienen una gran cantidad de vistas en números reales cada día por lo que se puede decir que la audiencia que consume estos videos muy difícilmente abandonara youtube y su contenido de videojuegos, Gameplays y reseñas, siempre y cuando no salga a luz otra plataforma que genere más entretenimiento y que sea más atractiva que la actual.

2.2. Marco teórico.

2.2.1. Comunicación.

La comunicación es la interacción consciente y facultativa que tiene el ser humano para transmitir ideas, pensamientos, sentimientos e ideologías a través de cualquier medio posible en donde pueda transmitir un mensaje.

En el libro *Comunicación oral y escrita*, se pronuncia:

[...] “Comunicar es llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es decir, es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, cuando intercambia ideas que adquieren

sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes.” (Fonseca, Et Al, 2011, P.2)

La finalidad de la comunicación es compartir un mensaje, una idea, una noticia es poder dar a conocer ideologías, políticas, sociales, económicas, artísticas valiéndose de un medio de difusión, siendo este interpersonal o masivo, entendiendo el primero como la facultad que tiene dos personas de comunicar sus pensamientos o establecer un tema de conversación en un ámbito más personal y de una manera directa (cara a cara), y el segundo un poco más complejo, dando a conocer a un público más extenso un tema en común, un aspecto social de auge importante o la situación actual de una nación, la comunicación se resume al hecho de transmitir un mensaje a un receptor y que dicho mensaje sea compartido más tarde a otra persona o a la sociedad en general.

La cultura dentro de un sistema social establecido se basa en la capacidad que tiene dos personas de poder comunicarse dentro de una misma ideología cultural y entender las raíces que ambos tiene en común al pertenecer a un mismo país, aunque las costumbres y tradiciones cambien con el regionalismo la cultura colectiva termina apuntando hacia el mismo sitio.

En el texto *El libro de las habilidades de comunicación: cómo mejorar la comunicación personal*, se expresa:

[...] “La comunicación es el cemento de la vida. Si dos personas pueden comunicarse entre ellas, eso significa que ocupan posiciones de alguna clase en el sistema social y que comparten probablemente valores y elementos de una misma cultura. Su comunicación las convierte en un grupo, temporal o estable.

(...) No hay comunicación si ambas partes no creen que pueden ganar algo con ella.” (Van-Der, 2013, P.6)

De acuerdo a la comunicación como cemento de la vida podemos afirmar que dentro de la sociedad al tener a dos personas que compartan los mismos valores que los identifican como una misma colectividad los convierte en un grupo con las mismas ideas culturales.

Una de las características que identifica a una comunicación asertiva es la necesidad de querer compartir los conocimientos que nutren el criterio personal y colectivo, siendo esto un fenómeno percibido por la sociedad y de esta manera tratar de comunicar los hechos sucedidos en determinado tiempo y espacio, como una necesidad involuntaria de poder transmitirnos la información con otros miembros de una comunidad.

En el artículo *Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional de la revista Signo y Pensamiento*, se anuncia:

[...] “El sentimiento de compartir es lo que define la comunicación, es construir con el otro un entendimiento común sobre algo. Es el fenómeno perceptivo en el cual dos conciencias comparten en la frontera. El entendimiento común no quiere decir concordancia total con los enunciados envueltos en el intercambio.” (Brönstrup, Et Al, citando a Merleau-Ponty, 2007, Pg.4)

El poder compartir información entre varios participantes de una colectividad no asegura que el entendimiento y comprensión del mensaje sea mutuo, sin embargo, genera el pensamiento crítico entre los involucrados, dando paso a espacios de análisis y puntos de vista distintos de la percepción del mensaje enunciado que se desarrolla en el intercambio de ideas.

La plataforma digital Youtube es uno de los espacios más significativos de comunicación interactiva entre los creadores de contenido y los usuarios, ocasionando una transmisión de ideas, comentarios y gustos en común en una comunidad donde todos tiene una misma característica particular, disfrutar de estos canales de entretenimiento como parte de un esparcimiento colectivo.

En el texto *YouTube como plataforma de la sociedad del espectáculo* de la revista Razón Y Palabra, se manifiesta:

[...] “La comunicación es una acción que un sujeto ejercita sobre otro, un intercambio simbólico que remite a las ideas de conflicto, estipulación y conquista” (Scolari, 2004:156). Tales “actos” de conflicto, estipulación y conquista se realizan mediante la intervención dinámica en la actualización interactiva de YouTube.” (Bañuelos, 2009, P. 13)

El dinamismo y la interactividad que maneja este sitio web permite el ejercicio de la comunicación en todos sus aspectos, compartiendo los videos a otras personas, intercambiando ideas sobre un mismo tema, interacción entre el dueño del canal de youtube y el consumidor de su contenido para así poder estar al tanto de cuáles son las nuevas tendencias que los usuarios desean ver y compartir con el resto de la comunidad.

La comunicación es la facultad que tiene el ser humano de jugar dos papeles importantes en una interacción, como emisor o como receptor de un mensaje, permitiéndole de esta manera poder compartir ideas, emociones, sentimientos, experiencias a través de un medio que le permita distribuir todo este conocimiento a otras personas que forman parte de una sociedad.

2.2.2. Influencia de videos de YouTube.

Los creadores de contenido españoles que se dedican a subir videos referidos a los videojuegos buscan captar la atención de la audiencia joven y de esta manera influenciarlos de tal manera que consuman su contenido con frecuencia, buscando así una suscripción a su canal de youtube y una cotidianeidad para que cada vez que estos personajes publiquen nuevo contenido los adolescentes estén al tanto del mismo.

En la tesis *Evolución y revolución de género en las series de ficción contemporáneas. La última salida: la comedia*, se expresa:

[...] “A través de la observación, se podían adquirir comportamientos y actitudes. Denominó a este proceso aprendizaje vicario y señaló algunas de sus principales características. Entre ellas encontramos su inmediatez, en el sentido de que el aprendizaje vicario no requiere de un proceso gradual ni de una práctica previa para darse, sino que tan sólo precisa de modelos con los que identificarse y a los que imitar.” (Blanco, citando a Albert Bandura, 2015, P. 72)

La influencia que generan estos videos y el cambio en la construcción de la identidad cultural se debe al proceso continuo gradual y de la constancia del creador de estos contenidos, llamando la atención cada vez más y más del joven, innovando y subiendo contenido actualizado, siendo este youtuber español y teniendo ideologías, modismos, manera de expresarse e ideas distintas a las nuestras el adolescente se ve atraído por el cambio de actitudes y pretende copiarlas, ya que generó en el un gusto por esos videos y tratando de seguir una tendencia social por lo “actual entre la comunidad gamer” procuran seguir las

cualidades que identifican a este personaje como un modelo con los cuales sentirse identificados.

La recepción visual de estos videos son la principal causa de la influencia en los jóvenes ya que son ellos mismo los que observan este contenido decodifican los mensajes transmitidos en los mismos e identifican un gusto por estos videos, por la manera en cómo se expresa el youtuber que como antes ya se había mencionado es de origen español.

En la tesis doctoral *Los mensajes televisivos y la infancia: retos socioeducativos*, se muestra:

[...] “Los estudiosos de la recepción asumen que el individuo interpreta los mensajes y construye significados. La recepción es sólo un aspecto en el que se hallan implicadas las relaciones entre el público y los medios.” (Navarro, 2014, P. 35-38)

La interpretación del individuo de filtrar que es atractivo para él es de manera inmediata, ya sea por el humor que contenga dichos videos o por las frases al azar que menciona el youtuber gamer, se podría decir que el público al que va dirigido este contenido sigue siendo aceptado por esta comunidad ya que cada día son más los jóvenes que consumen los videos de esta plataforma.

Los factores que implican que se genere una influencia correcta a través de los videos de los youtubers gamers españoles hacia sus usuarios es la efectividad del mensaje del emisor (youtuber) hacia al receptor (audiencia), teniendo como principal característica la calidad de los contenidos (videos) y el sin número de factores que permite que haya una conexión entre el influencer gamer y el adolescente.

En el texto *Introducción a las teorías de la comunicación y la información*, se establece:

[...] “En la relación entre el medio y el receptor Maletzke considera un conjunto de presiones o factores que influyen en la forma en que se percibe el mensaje: la presión ejercida por el medio en función de su naturaleza y contenidos, y la imagen que tiene el receptor del medio. Ambos factores inciden en la selección de contenidos que realiza el receptor y en la experiencia del mensaje que supone la recepción.” (Aguado, 2004, P.205)

La información que es receptada por los jóvenes se queda implantada en su psiquis esperando a que el sujeto publique nuevos gameplays para poder observarlos y así cada día parecerse más a su ídolo.

El entorno social en el que se encuentra ubicado el sujeto lo empuja de una u otra manera a digitalizarse y “actualizarse” con los tópicos actuales y las primeras tendencias que están en auge, compañeros de clase, vecinos contemporáneos a ellos y la publicidad en varios lugares hacen que el receptor sea el polo más frágil llevándolo hacia lo que es socialmente actual, dejando de lado su identidad cultural debido a la presión social de encajar en un círculo que comprende una comunidad que tienen mismos gustos en común.

En la tesis doctoral *Recepción crítica de series de televisión y cortos cinematográficos infantiles como alternativa para el desarrollo de valores en educación preescolar*, se expone:

[...] “En estos estudios se logra rebasar la concepción de la recepción como un proceso condicionado a una casualidad lineal, donde el sujeto receptor es el polo más frágil y pasivo dentro del proceso comunicativo. La recepción se considera

como un procedo múltiple y contradictorio, donde entran en jugo una variedad de mediaciones determinadas tanto por las relaciones sociales en las que está inserto el sujeto, como por su posición social, cultural e histórica.” (Castro citando a Charles y Orozco, 2012, P.125).

La influencia de videos de youtube en los jóvenes se genera en el momento que el entorno social por el cual se encuentra rodeado va a la par con las nuevas tendencias de la moda del internet y el adolescente al verse presionado por los grupos sociales contemporáneos a él decide dejar su identidad cultural de lado y ser parte de esta comunidad, consumiendo los contenidos que estos youtubers gamers españoles publican, adaptándose a una nueva cultura, ideología, y modismos tanto lingüísticos como sus actitudes y cualidades que los identifican.

2.2.3. Semiótica visual.

La semiótica visual es una ciencia de la rama de la semiología que estudia el comportamiento del ser humano y su interpretación de las imágenes e ilustraciones, así como las expresiones faciales y corporales y de cómo las descifra.

En el artículo *La imagen y la esfera semiótica* de la revista Escuela de Arquitectura y Diseño, se plantea:

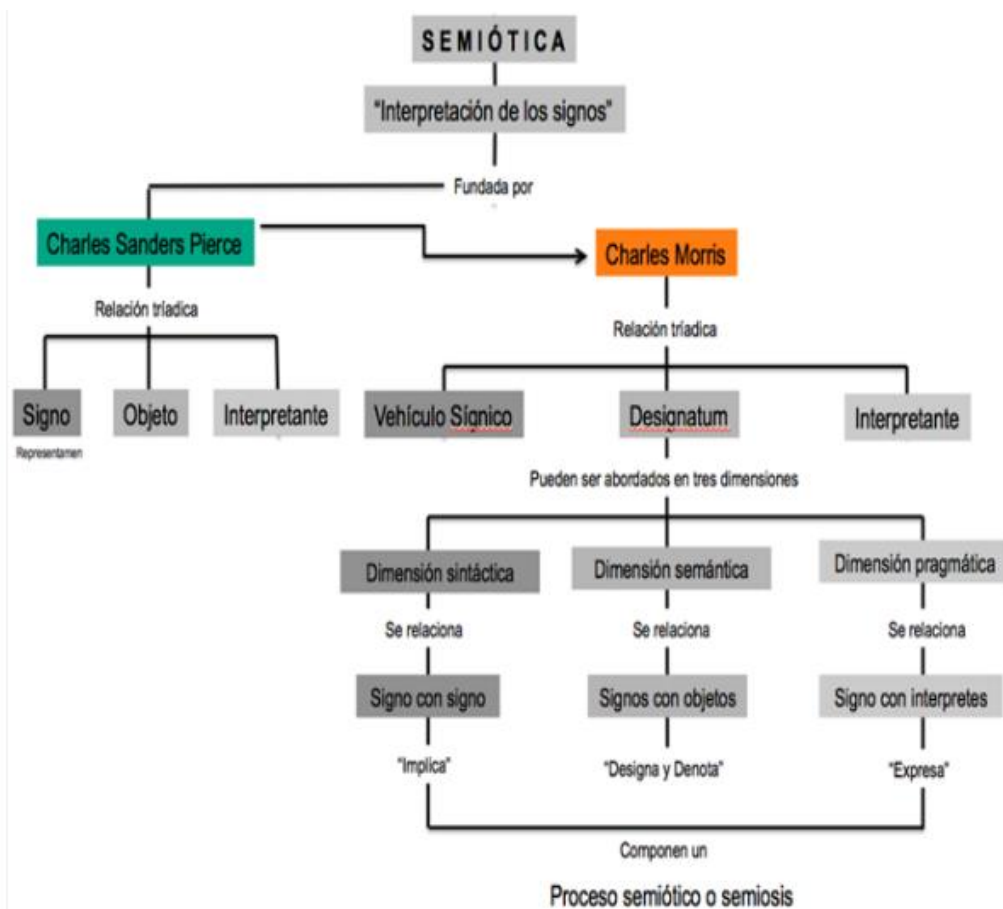
[...] “Debray ubica esta relación semiótica con la imagen como el advenimiento de lo que él denomina el “régimen arte”; es decir, la aparición de un dispositivo amplio de percepción que garantiza la existencia de lo real-natural, y que puede objetivarse gracias a las representaciones, según el escudriñamiento matemático-científico que hace aparecer, a su vez, la idea de sujeto (es decir, el

artista-creador, por un lado y el contemplador por otro, capaz de dar cuenta de lo real.” (Parra citando a Debray, 2014, P.10)

La semiótica visual ayuda a dar interpretación a todas expresiones e imágenes, es decir, las percibe y puede demostrar las realidades de las mismas. Según el autor existen dos tipos de personas, una de ellas son las que crean y por otro lado están aquellas que reciben e interpretan esas ideas garantizando que son realidades.

En el artículo *Dimensiones de la semiótica en la transformación del espacio público de urbanizaciones* de la revista *Electrónica Científica Perspectiva*, se expone:

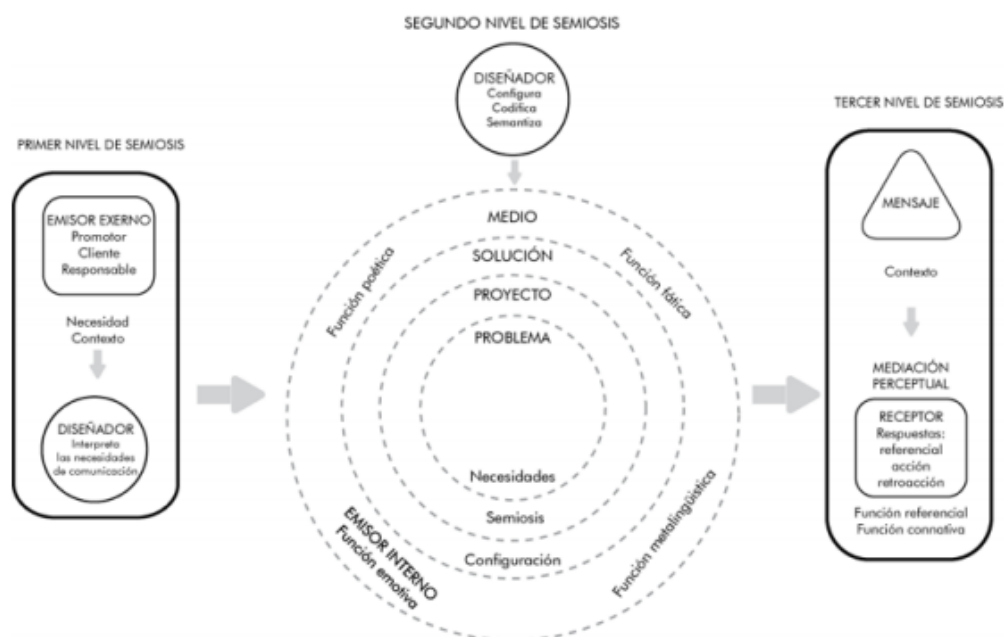
Tabla 2: Zonificación Semiótica



Fuente: (Soto, 2016, P.5)

Como se logra observar en la tabla que la semiótica es aquella que les da una interpretación a los signos, estos pueden ser imágenes, objetos, expresiones, etc. A su vez ella trata de darle sentido. Se logra apreciar la Triada debido a que el signo es la imagen mental, el objeto es la parte real de ese signo y el intérprete es la persona que contribuye, interpreta y relaciona tanto el signo como el objeto. Todo se trata de dar sentido y significado a las cosas que perciben las personas. En la tesis *Semiótica y retórica aplicada en el desarrollo de personajes y escenarios destinados a proyectos de aprendizaje móvil (m-learning)*, se aclara:

Figura 1: Modelo de comunicación visual



Fuente: (Espinoza, 2012, P.23)

En la figura se logra apreciar los diferentes niveles que posee la semiótica, pues en la primera etapa se manifiesta que el emisor es la persona responsable del mensaje emitido y el diseñador que consiste en la interpretación de la necesidad, en el segundo nivel intervienen el diseñador y el medio, donde se da la interpretación de ese mensaje, desglosándolo de tal forma que sea más

comprensible y en el último nivel hacen parte el medio, el mensaje y el receptor y se trata de todas las interpretaciones y percepciones que logra concluir el receptor a través del mensaje que se desarrolló en el medio.

En la tesis *Comunicación e identidad visual: manual de identidad visual corporativa para empresa importadora mega-repuestos*, se manifiesta:

[...] “La comunicación a través de imágenes visuales no es un fenómeno nuevo para el ser humano. A través de ellas narró su historia, sus creencias, explicó sus ideas y construyó una serie de códigos y signos que los volvió comunes en un grupo de personas. Es decir, las imágenes fueron (son) una manifestación, producto y edificación de la cultura.” (Suarez, 2015, P.6)

La semiótica visual ha estado presente en la vida de las personas desde tiempos remotos, pues contribuyó a decodificar y darle significado a todo lo que el ser humano percibía del mundo que lo rodeaba. Las imágenes logran tener un significado y expresan aún más que las mismas palabras, en muchos de los casos logran dar una identidad cultural. En la actualidad las imágenes logran ser más perceptibles y poseen mayor impacto e influencia.

La semiótica visual es la interpretación y significado que se le dan a todas las formas de expresión, seas estos mensajes, imágenes, gráficos, comportamientos, actitudes. Todo depende de cómo las personas receptan esas formas de comunicación y el significado que estas le brindan.

2.2.4. Construcción de identidad.

La construcción de la identidad cultural es el conglomerado de creencias, valores y tradiciones que identifican a una región, pueblo o país en concreto, es ese

sentimiento de apropiación y de pertenencia de las raíces con las cuales fueron fundadas las bases de la sociedad en la que naciste.

Las nuevas tecnologías y los nuevos canales de difusión de información y de entretenimiento han generado una pérdida de la identidad cultural en los jóvenes ya que prefieren anteponer la manera de actuar de los extranjeros y olvidarse de las tradiciones y valores de su propia nación en una búsqueda desesperada de encajar en una sociedad que está a la par con las tendencias tecnológicas.

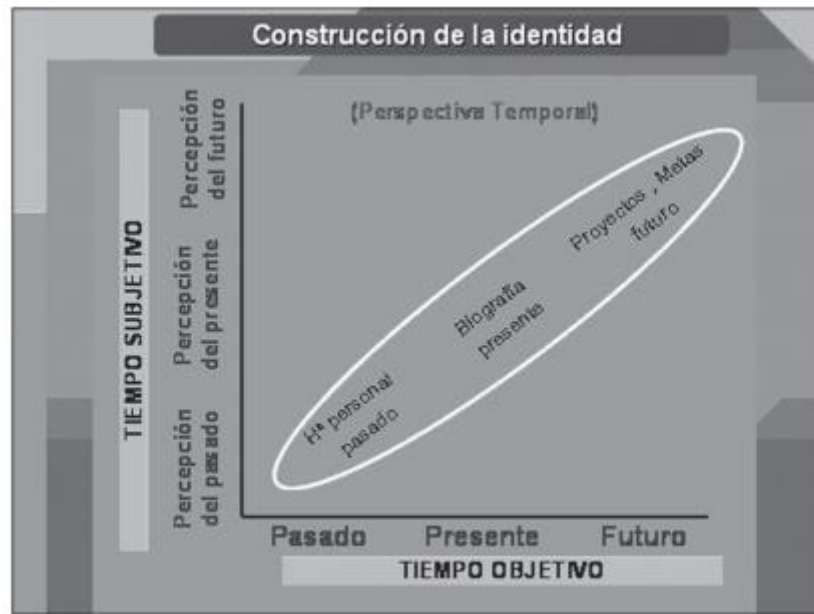
En el artículo *Construcción de significados frente a los contenidos violentos de los videojuegos en niños de 11 a 14 años*, de la revista Acta Colombiana de Psicología, se declara:

[...] “Dentro de estos artefactos de la cultura se encuentran las nuevas tecnologías mediáticas que han entrado a formar parte de la vida cotidiana de muchos de nuestros jóvenes y niños, siendo su utilización una de sus actividades preferidas por esta población. Dentro de estas nuevas tecnologías aparecen los videojuegos, que cuentan con una amplia aceptación y que probablemente influyen junto con la televisión y con otros medios en la construcción de identidad de los individuos.” (Vaca Et Al, citando a Arana y Angel, 2007, P. 4)

La influencia que generan estos canales de youtube que presentan videos de videojuegos en la identidad cultural de los adolescentes es muy grande, a tal punto de imitar cada rasgo lingüístico y corporal llevados a cabo por el sujeto que realiza estos contenidos en youtube.

En el artículo *La construcción de la identidad de género: Enfoques teóricos para fundamentar la investigación e intervención educativa* de la revista de Investigación Educativa, se presenta:

Gráfico 1: Concepción temporal de la construcción de la identidad.



Fuente: Cólás, 2007, Pg. 4)

El tiempo subjetivo de la construcción de identidad delimitada por los jóvenes se está viendo afectada por las nuevas tendencias de seguir a creadores de contenidos españoles, puesto que si un joven antes de haber tenido contacto con estos videos tenía una perspectiva de una carrera universitaria eso cambia rotundamente al querer imitar y seguir los pasos de su youtuber favorito, queriendo ser uno más de la comunidad que crea videos, adaptado su forma de comportarse similar o igual a la de su ejemplo a seguir.

La relación que tiene un individuo con la sociedad es parte del proceso de la construcción de su identidad cultural, al verse inmiscuido en un mundo digital en donde a diario ve videos de una persona con una ideología completamente distinta a la suya y que al verse rodeado de un colectivo que sigue las mismas inclinaciones de gustos la única salida es ser parte de esa comunidad y sentirse parte de ella.

En el portal web *Construcción de la identidad colectiva*, se observa:

Figura 2: Construcción de identidad



Fuente: (Portal web “Blog de la Facultad de Ciencias de la Comunicación una Querétaro”, 2015)

En el artículo *Identidades y representaciones sociales: la construcción de las minorías de la revista Crítica de ciencias sociales y jurídicas*, se anuncia:

[...] “El individuo se socializa y construye su identidad por etapas, en el curso de un proceso largo que se expresa de manera especialmente intensa del nacimiento a la adolescencia y se prosigue a lo largo de la vida como adulto. La construcción identitaria y la imagen de sí aseguran así funciones esenciales para la vida de cada individuo, constituyendo uno de los procesos psíquicos mayores, y condicionando en parte las identidades sociales del individuo por su relación con los otros y con el entorno.” (García, 2008, P.3)

La construcción de identidad cultural es el conjunto de valores, creencias y tradiciones que desarrollan las personas las cuales los identifican a lo largo de la historia, sin embargo a raíz de las nuevas tecnologías la identidad colectiva y las tendencias modernas digitales de entretenimiento han hecho cambiar poco a poco la esencia cultural de los más jóvenes buscando una adaptación rápida a los grupos sociales que buscan los canales más nuevos de distracción que son provenientes de personajes extranjeros adaptando así su ideología a la de ellos.

2.2.5. Estereotipos sociales.

Los estereotipos sociales son un grupo de creencias colectivas que identifican a determinado grupo o comunidad, normalmente se aplica de tal manera que se cree que estas características lo poseen todos los integrantes de esta colectividad sin excepción alguna, ya sea por cómo actúan, la manera en cómo visten, o la ideología que manejan internamente.

En el artículo *Los estereotipos: definición y funciones* de la revista *Automne*, se describe:

[...] “Los estereotipos desempeñan tres funciones fundamentales: la cognitiva, la social y la literaria. La primera consiste en la intervención del estereotipo en el proceso cognitivo y, más concretamente, en su papel dentro de la aprehensión y comprensión de la realidad por parte de los individuos. Por otro lado, el estereotipo es un elemento fundamental de la vida social al favorecer la cohesión interna de los grupos. Sin embargo, esta función social tiene su vertiente negativa: la defensa del grupo frente a cualquier tipo de agresión, lo que provoca una actitud de rechazo del diferente, del “otro”. Por último, el estereotipo, en su vertiente literaria, se convierte en un nexo entre autor y lector; en un elemento que permite al escritor entrar en contacto con un determinado público.”
(Fernández, 2016, P.5)

El término de estereotipos está en auge actualmente debido a todos los cambios y tendencias que ocurren dentro de una sociedad. En muchas ocasiones se asimila a los estereotipos como una parte negativa, debido a que las personas asimilan y acoplan actitudes y comportamientos que no son los propios y se “encasillan” en una forma determinada de actuar y pensar. Existen tres funciones

principales como son la parte cognitiva que es la comprensión de la realidad, la social porque hace parte de grupos y la literaria porque es un nexo entre el autor y el lector es decir entre persona y el público.

En el texto *Youtubers y otras especies: El fenómeno que ha cambiado la manera de entender los contenidos audiovisuales*, se representa:

Figura 3: temáticas principales de los youtubers



Fuente: (Berzosa, 2017, P.24)

Como se observa en la imagen existen en las plataformas virtuales todo tipo de temáticas y gustos para todas las personas, es decir, logran captar la atención de un gran número de personas de acuerdo a los gustos o intereses de estos. Es lo que actualmente los canales como Youtube les brindan a sus usuarios, toda una gama de videos de diferentes temáticas que logran captar la atención y de esa forma crear una comunidad digital de acuerdo a las preferencias de las personas.

En el artículo *Los adolescentes reproducen en las redes sociales estereotipos machistas* de la revista web La voz de Galicia, se manifiesta:

Gráfico 2: Redes más utilizadas



Fuente: (revista web La voz de Galicia, Montero, 2017)

En la imagen se logra observar como actualmente las personas están dominadas por las redes sociales y como estas hacen que tomen actitudes y comportamientos para tratar de “encajar o ser aceptados”, como colocar en su foto de perfil o portada fotografías sobreactuadas para “llamar la atención” y de esa forma fingir ser una persona totalmente ajena y diferente a lo que en realidad son. Las plataformas digitales como las redes sociales logran ser muchas veces el mecanismo perfecto para que las personas creen una versión totalmente diferente de sí mismos todo con la finalidad de ser aceptados o estar a la moda.

En el artículo *Entre la imagen light y la imagen identitaria. Las revistas de entretenimiento en Colombia frente a la cuestión afro* de la revista Comunicación y Ciudadanía, se emite:

[...] “Los estereotipos sociales que son creaciones de discurso, ideas que nos hacemos de alguien o de algo en especial, e imágenes que surgen automáticamente cuando evaluamos a una persona, un grupo o un

acontecimiento y que terminan edificando un reconocimiento de lo que se es o no y lo que se representa se fortalecen.” (Díaz, 2016, P.1)

Muchas veces se juzgan y se desarrollan criterios de las personas solo con la primera impresión o imagen que estos demuestren y de manera inmediata son encasillados y señalados como estereotipos, pero sí bien, el termino hace alusión a la creación de ideas o imágenes “imaginarias” de las cosas o personas, creando en gran medida juicios de valor erróneos debido a que rompen con los “esquemas” que tiene una determinada sociedad.

Los estereotipos son la percepción exagerada que se tiene tanto de las cosas como de las personas pues comparten ciertos gustos, características, cualidades que van en contra de lo que determina una sociedad ocasionando muchas veces prejuicios sociales sobre ellos.

2.2.6. Influencia de los Youtubers gamers.

La tendencia en youtube y los videos más recomendados de la plataforma se secciona en dos grandes grupos, los videos de videojuegos por parte de creadores de contenido norteamericanos y españoles, siendo el segundo uno de los más grandes del idioma castellano, abarcando prácticamente toda latinoamérica dejando demostrado que la influencia del trabajo de los youtubers españoles es inmensa.

En el artículo *La actualidad en YouTube: claves de los videos más vistos durante un mes*, se expresa:

[...] “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. Aunque no se trata del único portal de video online, sí es aquel que mayor seguimiento genera en la actualidad.” (Pérez, 2012, P.1).

Las facilidades de acceder a la página web youtube son innumerables, tablets, smartphones, laptops, computadoras de escritorio, televisores inteligentes, consolas de videojuegos siendo este un mundo abierto para que los jóvenes puedan disfrutar y dejarse influenciar por su contenido, la participación espontanea que tienen los creadores de contenido y la interacción con sus usuarios permiten un puente entre ambos que permite no solo observarlos y querer ser como ellos sino que también tomándolos como referencias de lo que quieren ser cuando grandes.

En la tesis *youtubers fenomeno de la comunicacion y vehiculo de transmision cultural para la contruccion de identidad adolescente*, se explica:

Tabla 3: Ranking de youtubers gamers españoles mas seguidos

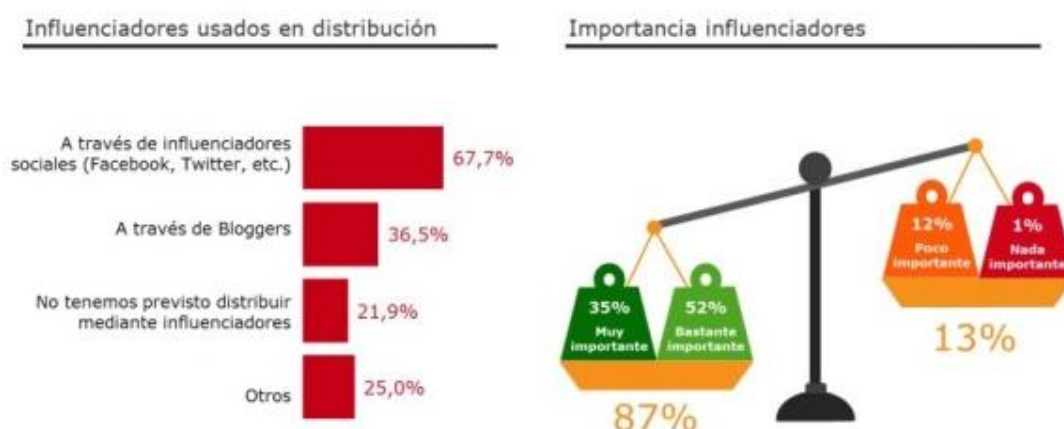
Nombre	N° de suscriptores (suma de todos sus canales a 06 del 06 de 2014)	Género	N° de canales
Willyrex	8.117.393	Gamer	2
ElrubiusOMG	7.212.305	Gamer	1
Vegetta777	5.702.614	Gamer	1
Luzu	2.609.733	Gamer	2
Mangelrogel	2.444.057	Gamer	1
Alexby11	2.131.264	Gamer	1
iTownGameplay	1.404.253	Gamer	1
bysTaxx	1.373.593	Gamer	1
Sara	1.085.699	Gamer	1
wismichu	1.030.939	Gamer/Vida Cotidiana	1

Fuente: (Gómez, 2014, P.25)

En la presente tabla se puede observar como los adolescentes siguen a estos youtubers gamers españoles en cantidades exorbitantes de millones de seguidores algunos sobrepasando al día de hoy los 30 millones de suscriptores, dejando de una manera muy clara que la influencia que generan estos personajes mediáticos sobrepasa las expectativas. Y que estos mismos millones de personas que siguen su contenido han tenido un cambio en su identidad cultural al tratar de imitar a sus youtubers favoritos y de esta manera compartiendo su afición por ellos a otros jóvenes los cuales también terminan perteneciendo a esta comunidad de cibernautas conectados por una misma causa.

En el artículo *Youtubers, los reyes de la influencia del portal web Brand Manid*, se aprecia:

Gráfico 3: Influenciadores importantes para la distribución del vídeo online



Fuente: (IAB Uso del Vídeo Online en el Marketing Digital, 2014)

Además de la distribución de contenido por medio de youtube se replican los contenidos expuestos en esta plataforma en otros medios de comunicación y entretenimiento como lo son las redes sociales como lo son, facebook, instagram, twitter, etc., en donde buscan captar más audiencia y de esa manera conseguir más público que consuman sus videos y de una manera involuntaria

pero directa se siguen cambiando identidades culturales de los distintos países de latinoamérica y siendo reemplazados por ideologías y modismos españoles.

En el artículo *Conducta de los suscriptores en YouTube: estudio de caso del canal Enchufe Tv*, se percibe:

[...] “Los youtubers se conectan con el público a través de sus personalidades, sus expresiones y sus jergas, que provocan la identificación de sus suscriptores. Las generaciones jóvenes tienden a copiar el comportamiento de los ídolos mediáticos que admiran o, incluso, adoptar similares estilos de vida.” (González & Chica, citando a Westenberg, 2018, P.2)

La manera que los youtubers tratan de conectar con su audiencia y hacer contenido atractivo para ellos viene de la mano con sus expresiones, la manera en cómo hablan, como actúan, el tipo de humor que manejan y es esto lo que atrae a los adolescentes y hacen que sean unos suscriptores fieles al contenido que el influencer publica y que traten de imitarlos y ser como sus ídolos a los cuales admiran.

La influencia que generan los youtubers gamers españoles en su audiencia mantienen un sin número de características las cuales les parece llamativa a los jóvenes quienes disfrutan de sus videos, su jerga, sus gestos, sus expresiones, el contenido actualizado que presentan, la manera de comentar los gameplays, y sobre todo la pasión que le ponen en cada uno de sus videos disfrutando de lo que hacen, que termina siendo un sentimiento que es transmitido a su audiencia, y que debido a esto cada día es más creciente el anhelo de imitar a estos youtubers a tal punto de tener como sueño ser uno de ellos, ser un creador de contenido gamer en youtube.

2.2.7. Distribución de contenidos.

Youtube tiene una gama inmensa de contenido variado para todas las edades y géneros, siendo este un centro de entretenimiento para toda la familia, en esta plataforma se puede encontrar desde tutoriales de maquillaje hasta tutoriales en cualquier tipo de reparación domestica para los más adultos, y si de jóvenes hablamos encontramos variedades desde blogs hasta gameplays de videojuegos y reacciones de los mismos.

En el artículo *Distribución online de contenidos audiovisuales: análisis de 3 modelos de negocio* de la revista El profesional de la información, se establece:

[...] “La distribución online de contenidos plantea un escenario de gran potencial para la comunicación digital. La convergencia mediática reúne en un mismo contexto a los actores comunicativos tradicionales, mientras provoca la emergencia constante de actores nativos digitales (pure players). En lo referente a los productos audiovisuales, internet plantea un desafío para la consolidación de modelos de negocio compatibles con la cultura de consumo del nuevo espectador-internauta.” (Castillo, 2012, P.1)

El contenido online que ofrece esta plataforma va más allá del entretenimiento teniendo a su disposición también canales de difusión masiva de noticias de los medios de comunicación más grande del mundo, existe un espacio en youtube para cada persona en esta comunidad, de igual manera las personas pueden buscar opciones para cultivar su aprendizaje o saber más acerca de su propia cultura y de otras extranjeras, existiendo varias herramientas para ser autodidacta, así mismo existe un gran número de canales dedicados únicamente al entretenimiento para jóvenes como lo son los canales de videojuegos.

En la publicación *Incrementa la popularidad de tu canal de YouTube* del portal web Espacios de México S.A de C.V., se presenta:

Gráfico 4: Cómo crear contenido de valor para tu canal



Fuente: (Portal Web Espacios de México S.A de C.V., Jiménez, 2016)

En el presente grafico se da a conocer el interés que mantienen los creadores de contenidos de mostrar a su público videos de calidad, también como subir de popularidad dentro de esta plataforma y alcanzar un punto de reconocimiento dentro del medio.

En el artículo *EIRubius organizó un torneo de Fortnite con 100 youtubers. Resultado: ya es el streaming más popular de la historia* del portal web eSports Unlocked by Orange, se presenta:

Figura 4: Torneo de Fortnite



Fuente: (Portal web eSports Unlocked by Orange, Fernandez, 2018)

Uno de los principales objetivos de los youtubers es complacer a su audiencia de tal manera que el influencer tiene contacto a través de redes sociales con los mismo, objeto de uso el “Rubius” youtuber gamer español, para crear un evento muy grande en donde hizo participar a otros 100 youtubers gamers para presentar a sus suscriptores y a los de los otros 100 influencer un contenido nunca antes visto en la plataforma, tomando como herramienta uno de los juegos con más importancia en el mundo de los videojuegos al día de hoy “Fortnite” y de esta manera llamar la atención de más personas para que visiten su canal y tenga más reconocimiento mundial.

En el artículo *Distribución de contenidos audiovisuales en internet. La expansión de la alta definición y la migración de flv a mpeg-4* de la revista Razón y palabra, se manifiesta:

[...] “La distribución de contenidos audiovisuales por la red se ha producido, en gran medida, gracias al desarrollo de plataformas de alojamiento de vídeos como YouTube y a la popularización de espacios personales como los videoblogs o blogs.” (Jódar & Polo, 2009, P.3)

Las nuevas tecnologías permiten la expansión de los medios digitales donde las personas puedan disfrutar de su contenido creando espacios de entretenimiento para todos los públicos.

La distribución de contenidos de youtube le permite al usuario tener a mano infinidad de videos de todas las categorías y para todas las edades generando así una comunidad virtual cada vez más grande que toman esta plataforma como

la nueva televisión dejando atrás los medios convencionales como todos los conocemos.

2.2.8. Nuevas bases teóricas de la recepción y construcción de identidad.

A continuación, se abordan cuatro autores que esclarecen el impacto que posee tanto la recepción como la construcción de identidad a través de la plataforma de YouTube.

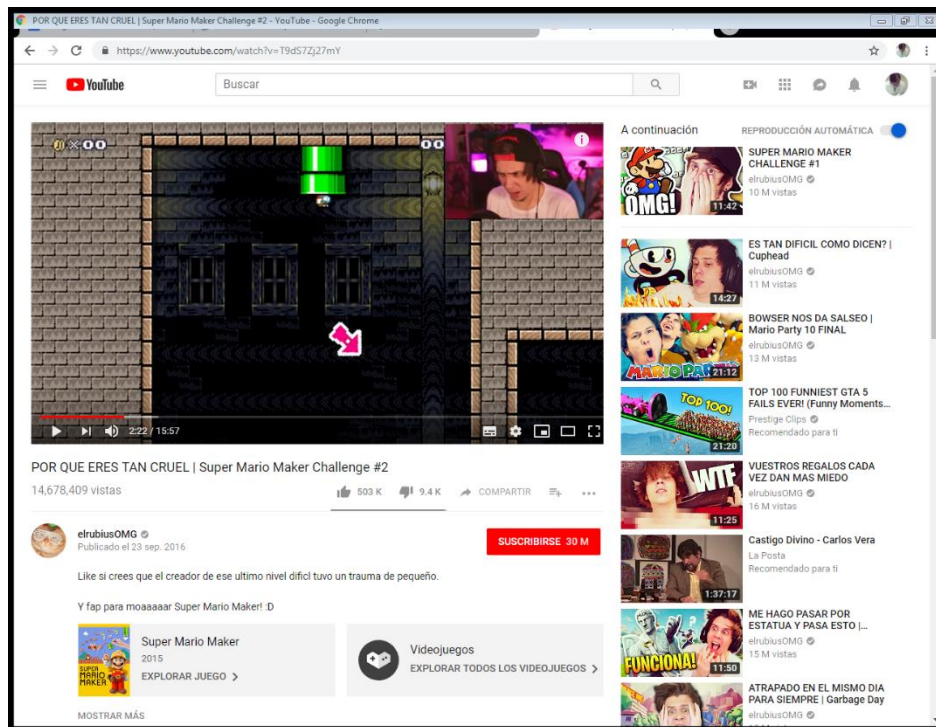
En la tesis *Recepción televisiva y mediación representada en la serie Los Simpson*, se aprecia:

[...] “Para estudiar los procesos de recepción y su relación con las mediaciones, es importante considerar, que no sólo se integran y relacionan los elementos de todas estas tendencias, sino que se tiende a adoptar una actitud de reconocimiento del carácter contextual, provisional y arbitrario de toda interpretación social.” (Sánchez, 2016, P.4)

Es importante al momento de establecer una relación entre la recepción y las tendencias actuales se estudie a profundidad todas las partes involucradas, es importante estudiar el problema y porque este es más perceptible y logra influenciar más que otro, al igual que las interpretaciones sociales que se tiene, puesto que la recepción de algún contenido depende de cómo estos sean transmitidos.

En la página de *YouTube oficial del youtuber gamer EIRubius*, se observa:

Figura 5: Porque eres tan cruel | Súper Mario Maker Challenge #2



Fuente: (EIRubius, 2016)

En la imagen se presenta el canal de uno de los Youtubers gamers españoles con más seguidores en el mundo, pues les resulta atractivos sus videos por las actitudes y expresiones que emplea este influencer para sus videos, conteniendo en la mayoría de sus videos un vocabulario no apto para niños y más aun con el sin número de expresiones que maneja a lo largo de todo su canal.

En el artículo *Niños youtubers, los riesgos de una profesión no aptan para menores* de la revista web El Español, se expone:

Figura 6: En la Jungla. Muchos niños quieren ser YouTuber ya que buscan imitar a sus ídolos.



Fuente: (Portal web Revista El Español, Linares, 2018)

Como se observa en la ilustración debido al auge que actualmente mantiene Youtube y como miles de personas interactúan en esta plataforma, muchos niños y jóvenes se sienten atraídos hacia ella a tal punto de querer ser como sus “ídolos youtubers” acoplando y limitando expresiones, gustos, formas de actuar y de pensar. Debido al gran atractivo que posee esta plataforma y a la gama de temáticas de canales, los jóvenes buscan ser igual de “famosos”, construyendo o manifestando una identidad que no es la propia y más aun sin entender la responsabilidad y lo peligroso que pueden llegar a ser estas tendencias.

En el artículo *Youtubers. Nueva lógica comercial y narrativa en la producción de contenidos para la web*, se establece:

[...] “La posibilidad de la viralización de los materiales habilita a que muchos autores/productores alcancen una fama inusitada. Un tipo de popularidad, en la mayoría de los casos, a partir de la exposición del cuerpo en las pantallas y en la construcción de una imagen de sí como un producto/mercancía que inaugura un nuevo modelo de negocios y una prometedora industria de producción de contenidos.” (López, 2016, P.2)

Debido al alcance que poseen las redes las personas o en este caso los Youtubers logran una fama impresionante, donde pierden total libertad y privacidad, lamentablemente no siempre las personas que realizan estos vídeos poseen un canal o una presentación adecuada para el público en general, pues debido a la gran cantidad de videos que se encuentran en la red no todos son perfiles reales o contienen contenido adecuado, es decir, se construye una identidad "imaginaria".

Tanto la recepción como la construcción de identidad van de la mano más aun cuando estas dependen de una plataforma digital tan importante como lo es YouTube, pues las personas receptan todo tipo de información a través de los videos y a partir de ellos adoptan una identidad o personalidad que no es la propia.

2.3. Marco contextual.

La unidad de estudio escogida para esta tesis es la Unidad educativa "Chelcie"



Figura 7: Unidad Educativa Chelcie. (Obtenida de la página de Facebook oficial de la institución, 2016)

[...] “En el año de 1995 se da inicio a las actividades educativas, en jornada vespertina, con 84 alumnos, distribuidos en 6 paralelos, en el local de la Escuela “Arnulfo Chávez Miranda”, ubicada en el sector de Playa Grande de la Parroquia Nicolás Infante Díaz, lugar en el que permaneció hasta el mes de noviembre de 1999.

A partir de esa fecha se trasladó a los terrenos de propiedad del colegio que fueron donados por la I. Municipalidad de Quevedo, por resolución del consejo del 18 de agosto de 1988, impulsado por el Doctor Nelson Escudero, Rector del Plantel y que en esa época ostentaba el cargo de concejal del Cantón.

En aquel sitio se inicia las actividades académicas para trabajar intensamente en forma solidaria entre Directivos, Docentes, Administrativos y de Servicio, Estudiantes y Padres de Familia, y hacer realidad la construcción de las modernas y funcionales infraestructuras físicas y tecnológicas, que actualmente se posee y que está al servicio de las presentes y futuras generaciones.

Las incidencias de los videojuegos bélicos, en la Unidad Educativa Chelcie se generan como forma de interacción en los estudiantes, quienes asimilan como una actividad de entretenimiento que directamente se desarrollan e influyen en sus capacidades cognitivas.

La importancia en el desarrollo de destrezas, por medio de los videojuegos bélicos dentro de un entorno educativo configura nuevas formas de capacidades de captación en similitud de lo que observan y participan.

En conclusión, la unidad de estudio de esta tesis abarca gran importancia para poder comprender que la selección de estos entretenimientos no solo abarca contenidos de ficción; sino que también emplea sucesos históricos y futuristas

donde inciden en el comportamiento de los adolescentes que cambian la forma tradicional de aprender, inclinándose a la digitalización educativa”. (Página oficial de facebook de la institución, 2016)

2.4. Marco conceptual.

Comunicación: la comunicación es la facultad que tiene el ser humano de jugar dos papeles importantes en una interacción, como emisor o como receptor de un mensaje, permitiéndole de esta manera poder compartir ideas, emociones, sentimientos, experiencias a través de un medio que le permita distribuir todo este conocimiento a otras personas que forman parte de una sociedad.

Influencia de videos de YouTube: la influencia de videos de youtube en los jóvenes se genera en el momento que el entorno social por el cual se encuentra rodeado va a la par con las nuevas tendencias de la moda del internet y el adolescente al verse presionado por los grupos sociales contemporáneos a él decide dejar su identidad cultural de lado y ser parte de esta comunidad, consumiendo los contenidos que estos youtubers gamers españoles publican, adaptándose a una nueva cultura, ideología, y modismos tanto lingüísticos como sus actitudes y cualidades que los identifican.

Semiótica visual: la semiótica visual es la interpretación y significado que se le dan a todas las formas de expresión, seas estos mensajes, imágenes, gráficos, comportamientos, actitudes. Todo depende de cómo las personas receptan esas formas de comunicación y el significado que estas le brindan.

Construcción de identidad: la construcción de identidad cultural es el conjunto de valores, creencias y tradiciones que desarrollan las personas las cuales los identifican a lo largo de la historia, sin embargo a raíz de las nuevas tecnologías

la identidad colectiva y las tendencias modernas digitales de entretenimiento han hecho cambiar poco a poco la esencia cultural de los más jóvenes buscando una adaptación rápida a los grupos sociales que buscan los canales más nuevos de distracción que son provenientes de personajes extranjeros adaptando así su ideología a la de ellos.

Estereotipos sociales: los estereotipos son la percepción exagerada que se tiene tanto de las cosas como de las personas pues comparten ciertos gustos, características, cualidades que van en contra de lo que determina una sociedad ocasionando muchas veces prejuicios sociales sobre ellos.

Influencia de los Youtubers gamers: la influencia que generan los youtubers gamers españoles en su audiencia mantienen un sin número de características las cuales les parece llamativa a los jóvenes quienes disfrutan de sus videos, su jerga, sus gestos, sus expresiones, el contenido actualizado que presentan, la manera de comentar los gameplays, y sobre todo la pasión que le ponen en cada uno de sus videos disfrutando de lo que hacen, que termina siendo un sentimiento que es transmitido a su audiencia, y que debido a esto cada día es más creciente el anhelo de imitar a estos youtubers a tal punto de tener como sueño ser uno de ellos, ser un creador de contenido gamer en youtube.

Distribución de contenidos: la distribución de contenidos de youtube le permite al usuario tener a mano infinidad de videos de todas las categorías y para todas las edades generando así una comunidad virtual cada vez más grande que toman esta plataforma como la nueva televisión dejando atrás los medios convencionales como todos los conocemos.

Nuevas bases teóricas de la recepción y construcción de identidad: tanto la recepción como la construcción de identidad van de la mano más aun cuando estas dependen de una plataforma digital tan importante como lo es YouTube, pues las personas reciben todo tipo de información a través de los videos y a partir de ellos adoptan una identidad o personalidad que no es la propia.

2.5. Marco legal.

La presente investigación tomo como referente legal artículos de la Constitución de la República del Ecuador y de la ley Orgánica de Comunicación como base para su estudio.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

SESIÓN TERCERA

Comunicación e Información

[...] “Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentaran la creación de espacios para la disfunción de la producción nacional independiente. Es responsabilidad de los medios de comunicación transmitir programaciones con contenidos que aporten y fomenten a la educación y cultura de los televidentes”. (Constitución del Ecuador, 2008. p.9).

Como parte de un aporte a la cultura de los ecuatorianos la constitución respalda el hecho de generar espacios educativos que informen y eduquen a la ciudadanía con programas de relevancia tradicional.

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

TÍTULO I

Disposiciones preliminares y definiciones

[...] “Art.- 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet”.(Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

Los medios de comunicación y sus nuevas prácticas de difusión digital en youtube son de gran necesidad y aporte al criterio de los ecuatorianos para poder compartir las noticias de ámbito cultural y de esta manera mantener informados a las personas que consumen estos contenidos a través de dicha plataforma.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el presente capítulo se enfatiza los métodos y técnicas que inducen al desarrollo de esta investigación.

3.1. Diseño de investigación.

La presente investigación aplica un nivel exploratorio y descriptivo, puesto que estudia un tema que no se lo ha analizado de manera adecuada o profunda y a su vez porque aborda cada una de las partes involucradas como en este caso son los estudiantes, padres de familia y los docentes de la unidad de observación.

Esta investigación presenta un diseño no experimental transeccional, debido a que su análisis y desarrollo de la recolección de datos dentro de la Unidad de observación, es decir, el trabajo de campo no es mayor de 2 a 5 meses.

3.3. Tipo de investigación.

La presente investigación es de índole exploratorio debido a la problemática en estudio, la influencia en la construcción de identidad cultural en los jóvenes a través de los youtubers gamers españoles, por este motivo la investigación también hace uso de un estudio descriptivo, porque desglosa las variables, dimensiones e los indicadores para un mejor estudio y análisis.

3.4. Enfoque de la investigación.

Esta investigación presenta un enfoque cualitativo como el cuantitativo para la recolección y análisis de datos, lo que permite tener una visión más detallada de la problemática y de esa forma poder llegar a determinar las soluciones más viables al problema en estudio.

3.5. Metodología.

Este trabajo investigativo presenta el enfoque metodológico de la hermenéutica, el cual se dedica a interpretar, analizar y dar sentido a los mensajes, haciendo que estos sean comprensibles; para esta investigación se observará el comportamiento de los estudiantes de la unidad de observación, y la clase de videos de youtubers gamers españoles que más les interesa o atraen.

3.6. Técnicas e instrumentos de investigación.

El presente trabajo investigativo hizo uso tanto del método de investigación cualitativo donde se conoció la opinión de los docentes de la Unidad Educativa Chelcie en este caso una Lcda. En Psicología y el método cuantitativo por medio de la técnica de la encuesta, donde se conoce con mayor precisión el impacto e influencia que poseen los youtubers gamers españoles frente a los estudiantes.

3.7. Población y muestra.

3.7.1. Población.

El termino población se refiere al conjunto de personas que vive en un determinado lugar o región, para esta investigación no se realizó muestra debido a que se la aplico en la población en general, es decir en los cursos 4to de básica,

5to de básica y 6to de básica, teniendo una población muestral de 100 estudiantes y una docente entrevistada de la Unidad Educativa Chelcie.

Tabla 4: Población del trabajo investigativo

CURSOS	NÚMERO DE ESTUDIANTES
4to de Básica	33
5to de Básica	33
6to de Básica	34
TOTAL	100

3.8. Análisis de los Resultados de los instrumentos Aplicados.

En este epígrafe se condensan los resultados de las diferentes técnicas aplicadas en la actual investigación.

3.8.1. Encuestas.

Pregunta 1.- ¿Desde hace cuánto tiempo empezaste a ver videos en YouTube?

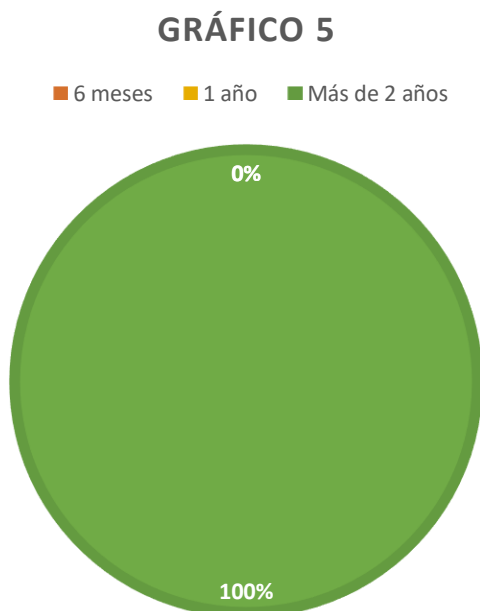
Tabla 5: tiempo de comienzo de visualización de videos en Youtube

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6 meses	0	0%
1 año	0	0%
Más de 2 años	100	100%
TOTAL		100%

Fuente: Encuesta

Autor: Jerson Ronny Sanchez Lema

Gráfico 5: tiempo de comienzo de visualización de videos en Youtube



Análisis: todos los encuestados indicaron que mantienen un tiempo de más de dos años consumiendo videos de youtube.

Pregunta 2.- ¿Cuántas horas al día dedicas a ver videos de youtubers gamers españoles?

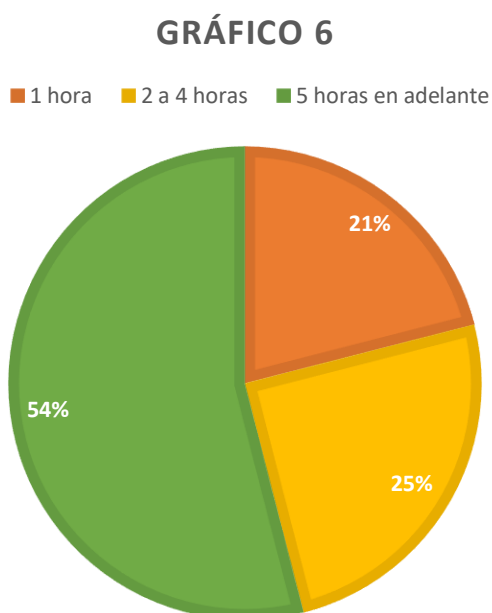
Tabla 6: Horas invertidas en ver videos de youtubers gamers españoles

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 hora	21	21%
2 a 4 horas	25	25%
5 horas en adelante	54	54%
TOTAL		100%

Fuente: Encuesta

Autor: Jerson Ronny Sanchez Lema

Gráfico 6: Horas invertidas en ver videos de youtubers gamers españoles



Análisis: El 54% de la población encuestada afirmó que dedica más de 5 horas a ver videos en youtube, mientras que el 25 % de 2 a 4 horas y el 21% restante una hora.

Pregunta 3.- Nombra ¿Cuál es el youtubers gamers español que más te gusta?

Tabla 7:Youtubers gamers españoles favoritos

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
El Rubius	26	26
Lolito Fernández	22	22
Vegetta 777	20	20
Willyrex	12	12
The Grefg	9	9
Alexby11	6	6
Luzugames	5	5
TOTAL		100%

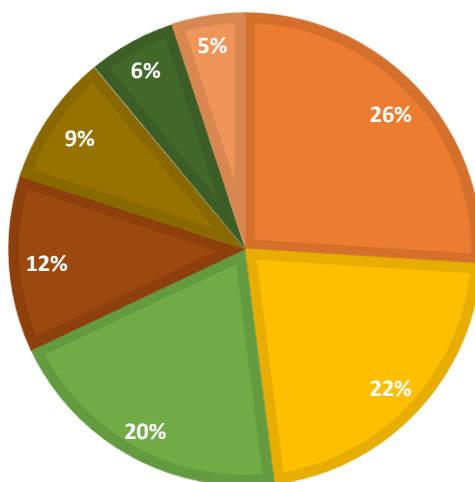
Fuente: Encuesta

Autor: Jerson Ronny Sanchez Lema

Gráfico 7:Youtubers gamers españoles favoritos

GRÁFICO 7

El Rubius Lolito Fernández Vegetta 777 Willyrex The Grefg Alexby11 Luzugames



Análisis: De todos los gamers españoles que existen en la plataforma de youtube los encuestados optaron por 7 principales siendo el “Rubius” el primero en esta lista con un número mayor a los 30 millones de suscriptores y como último lugar “Luzugames” con más de 8 millones de usuarios.

Pregunta 4.- ¿Cuál es el medio que más utilizas para ver los videos?

Tabla 8: Medios usados para ver Youtube

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tablet	23	23
Teléfono móvil	39	39
Computadora	27	27
Laptop	11	11
TOTAL		100%

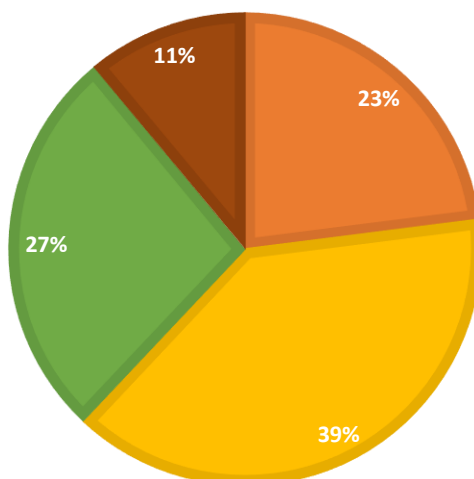
Fuente: Encuesta

Autor: Jerson Ronny Sanchez Lema

Gráfico 8: Medios usados para ver Youtube

GRÁFICO 8

■ Tablet ■ Teléfono móvil ■ Computadora ■ Laptop



Análisis: Los medios que usan los jóvenes para ver el contenido de la plataforma en su mayoría es el teléfono móvil de sus padres, en un segundo puesto se encuentran las tablets que son de propiedad de ellos mismos, en tercer y cuarto lugar están las computadoras de escritorio y las laptops.

Pregunta 5.- Menciona ¿Cuáles son las palabras que más usas y que aprendiste de esos youtubers?

Tabla 9: Palabras que más usan escuchadas por los youtubers

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy buenas criaturitas del señor	18	18
“Yepa”, ¡que pasa gente!	23	23
¡ey! muy buenas a todos guapísimos aquí vegetta777	37	37
¡Joder macho!	12	12
¡Hostia tío!	10	10
TOTAL		100%

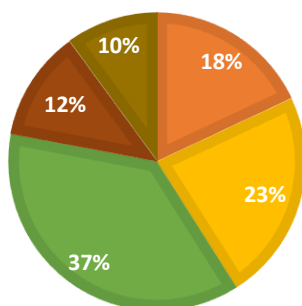
Fuente: Encuesta

Autor: Jerson Ronny Sanchez Lema

Gráfico 9: Palabras que más usan escuchadas por los youtubers

GRÁFICO 9

- Muy buenas criaturitas del señor
- “Yepa”, ¡que pasa gente!
- ¡ey! muy buenas a todos guapísimos aquí vegetta777
- ¡Joder macho!
- ¡Hostia tío!



Análisis: Los encuestados demostraron en su gran mayoría tener una inclinación hacia los comentarios y frases de “Vegetta 777” seguida del saludo de “Lolito Fernández” y en tercer lugar como uno de los más seleccionados está el saludo de el “Rubius”.

Pregunta 6.- ¿Te sientes identificado con uno de esos youtubers gamers españoles?

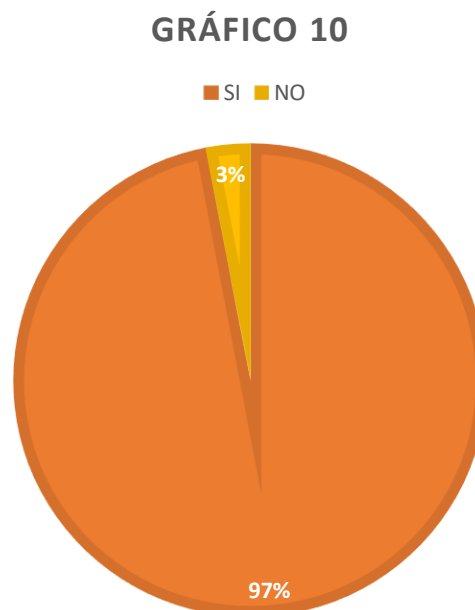
Tabla 10: identificación con los youtubers españoles

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	97	97
NO	3	3
TOTAL		100%

Fuente: Encuesta

Autor: Jerson Ronny Sanchez Lema

Gráfico 10: identificación con los youtubers españoles



Análisis: El mayor porcentaje de encuestados afirman sentirse identificados con las características de sus youtubers favoritos.

Pregunta 7.- Si tu respuesta fue Sí en la pregunta anterior ¿Podrías indicar si tratas de imitar las expresiones que escuchas de ellos?

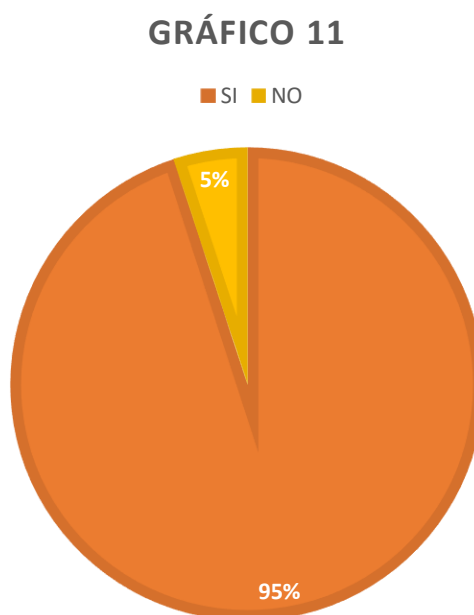
Tabla 11: imitación de las expresiones de los youtubers

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	95	95
NO	5	5
TOTAL		100%

Fuente: Encuesta

Autor: Jerson Ronny Sanchez Lema

Gráfico 11: imitación de las expresiones de los youtubers



Análisis: El 95% de los encuestados confirma que tratan de imitar las expresiones tanto lingüísticas como corporales y de comportamiento.

Pregunta 8.- ¿Tus padres controlan el tiempo que pasas viendo los videos?

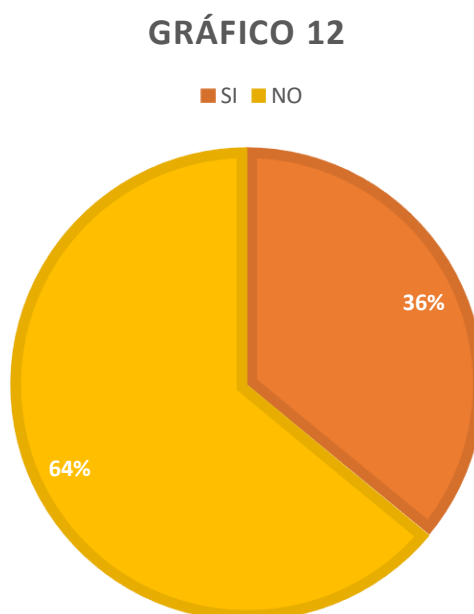
Tabla 12: Control parental en el tiempo de consumo de Youtube

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	36	36
NO	64	64
TOTAL		100%

Fuente: Encuesta

Autor: Jerson Ronny Sanchez Lema

Gráfico 12: Control parental en el tiempo de consumo de Youtube



Análisis: El 64% del universo encuestado indicó que no recibe un debido control por parte de los padres al momento de controlar el tiempo que el joven pasa en el dispositivo móvil y un 36% afirma que si recibe un control.

Pregunta 9.- ¿Cree usted que, si se realizan dentro de la Unidad Educativa actividades didácticas e interactivas, los estudiantes se interesarían en ellas? Donde 5 es totalmente de acuerdo y 1 en desacuerdo.

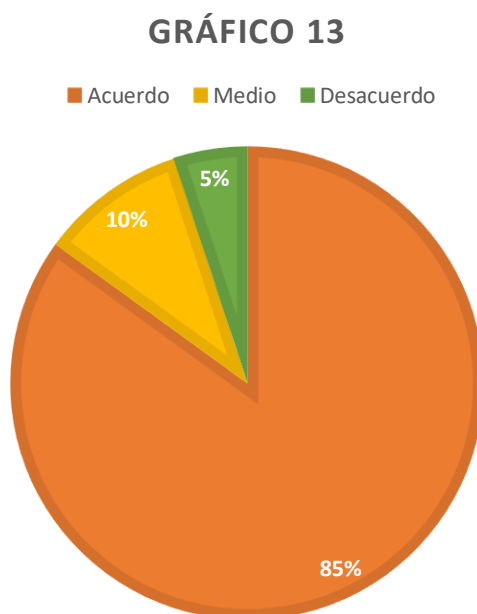
Tabla 13: Nivel de aceptación en actividades didácticas e interactivas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Acuerdo	85	85
Medio	10	10
Desacuerdo	5	5
TOTAL		100%

Fuente: Encuesta

Autor: Jerson Ronny Sanchez Lema

Gráfico 13: Nivel de aceptación en actividades didácticas e interactivas



Análisis: Casi la mayoría del público encuestado responde de una manera positiva cuando se habla de crear espacios de actividades interactivas, alcanzando un 85 % de aceptación, un 10% se mantiene en duda y un 5% no estaría de acuerdo con esto.

Pregunta 10.- ¿Estaría de acuerdo en asistir a un taller interactivo donde se promueve el folclor ecuatoriano y donde se realicen actividades interactivas?

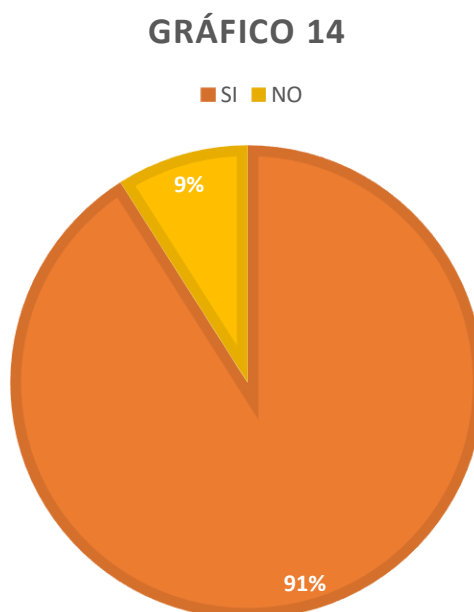
Tabla 14: Nivel de aceptación de los talleres de folclor ecuatoriano

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	91	91
NO	9	9
TOTAL		100%

Fuente: Encuesta

Autor: Jerson Ronny Sanchez Lema

Gráfico 14: Nivel de aceptación de los talleres de folclor ecuatoriano



Análisis: Los resultados arrojan que un porcentaje del 91% estaría dispuesto tanto en aceptar la idea como en asistir a estos talleres que incentivarán a la recuperación de la cultura ecuatoriana, por otra parte, un 9% de todo el universo encuestado indicó que no estaría de acuerdo con esta medida.

3.8.2. Análisis del resultado de cada pregunta de la encuesta.

1. Todos los encuestados indicaron que mantienen un tiempo de más de dos años consumiendo videos de youtube.
2. El 54% de la población encuestada afirmó que dedica más de 5 horas a ver videos en youtube, mientras que el 25 % de 2 a 4 horas y el 21% restante una hora.
3. De todos los gamers españoles que existen en la plataforma de youtube los encuestados optaron por 7 principales siendo el “Rubius” el primero en esta lista con un número mayor a los 30 millones de suscriptores y como último lugar “Luzugames” con más de 8 millones de usuarios.
4. Los medios que usan los jóvenes para ver el contenido de la plataforma en su mayoría es el teléfono móvil de sus padres, en un segundo puesto se encuentran las tablets que son de propiedad de ellos mismos, en tercer y cuarto lugar están las computadoras de escritorio y las laptops.
5. Los encuestados demostraron en su gran mayoría tener una inclinación hacia los comentarios y frases de “Vegetta 777” seguida del saludo de “Lolito Fernández” y en tercer lugar como uno de los más seleccionados está el saludo de el “Rubius”.
6. El mayor porcentaje de encuestados afirman sentirse identificados con las características de sus youtubers favoritos.
7. El 95% de los encuestados confirma que tratan de imitar las expresiones tanto lingüísticas como corporales y de comportamiento.
8. El 64% del universo encuestado indicó que no recibe un debido control por parte de los padres al momento de controlar el tiempo que el joven pasa en el dispositivo móvil y un 36% afirma que si recibe un control.

9. Casi la mayoría del público encuestado responde de una manera positiva cuando se habla de crear espacios de actividades interactivas, alcanzando un 85 % de aceptación, un 10% se mantiene en duda y un 5% no estaría de acuerdo con esto.
10. Los resultados arrojan que un porcentaje del 91% estaría dispuesto tanto en aceptar la idea como en asistir a estos talleres que incentivarán a la recuperación de la cultura ecuatoriana, por otra parte, un 9% de todo el universo encuestado indicó que no estaría de acuerdo con esta medida.

3.8.3. Entrevista.

Socióloga Ruth Vélez Zambrano

Pregunta 1.- Con respeto a la cultura ecuatoriana y a la identidad propia, ¿usted cree que se ha perdido esas tradiciones en los niños?

Sí, yo estoy de acuerdo, definitivamente se ha perdido, porque los chicos están copiando muchos modos de otros países, la tecnología es positiva pero bien utilizada, lastimosamente los chicos copian el léxico, culturas y tradiciones de otros países, entonces tenemos niños que hablan con acento español que no las utilizamos aquí en el país.

Pregunta 2.- Dentro de la malla curricular que estipula el ministerio de educación, ¿existe algún proyecto enfocado en poder culturizar más a los niños?

Bueno, como un proyecto en sí, no, sin embargo, en la asignatura de estudios sociales se fomenta esto, en los textos de los libros también contamos con información, aunque no es completa.

Pregunta 3.- Sabiendo que mantienen un área de psicología, ¿han tenido algún caso en el que algún niño ha sufrido mucho el cambio de su personalidad con una extranjera?

Específicamente como un caso individual no, pero si en los recreos es muy común escuchar que los niños tienen expresiones que no son propias de un ecuatoriano, entonces ahí viene la corrección de parte de las maestras y conversar con los padres para saber que está pasando en casa.

Pregunta 4.- Según lo entendido la escuela actualmente mantiene un plan de actividades que permite a los estudiantes una vez al año hacer presentaciones culturales, ¿usted cree que esto ha ayudado a la identidad ecuatoriana de los jóvenes?

Si, nosotros creemos que si, por eso desde que la implantamos en nuestra institución lo hemos mantenido, y nos hemos dado cuenta que los niños nuevos que ingresan a la escuela les cuesta adaptarse y el resto que inició desde su educación básica se sienten emocionados cuando llega esa época del año donde todos participan.

Pregunta 5.- ¿Cuál cree que sea el siguiente paso para que los niños de hoy en día tengan un poco más de identidad cultural ecuatoriana?

Yo creo que los medios de comunicación deben ayudar y también esto viene de casa, yo creo que la escuela tiene un rol importante, pero si en casa no se fomenta esto no vamos a mejorar, no hay que esperar migrar a otro país para poder extrañar los pasillos o el folclor de nuestro país o escuchar el himno nacional y llorar, tenemos que hacerlo cuando estamos en nuestro país.

CAPÍTULO IV

DISEÑO DE LA PROPUESTA

4.1. Propuesta.

“Taller Vacacional Promoviendo lo nuestro”

La presente propuesta responde a la forma como los estudiantes y jóvenes hoy en día se dejan influenciar por los *youtubers* o *influencers*, siendo en la mayoría de casos videos con contenido violento y lenguaje no apto para niños entre 9 a 12 años, dentro de esta propuesta se plantea brindar actividades donde logren conocer y sentirse atraídos por la cultura ecuatoriana sin que llegue a tornarse aburrido o poco atractivo para los jóvenes.

La importancia significativa que posee la implementación de esta propuesta va a contribuir en el proceso educativo y formativo de los estudiantes, pues a través de los intereses comunes como los videos y plataformas virtuales se pueden usarlas a favor, permitiendo que logren una identidad cultural a través de técnicas y métodos que sean divertidos y les brinde a los jóvenes desarrollar una personalidad propia sin tener que imitar comportamientos o actitudes de otros.

Se espera que esta propuesta sea implementada y ejecutada por la Unidad Educativa Chelcie y que a su vez esta logre trascender a otras instituciones, teniendo más apoyo de padres, docentes, autoridades educativas y gubernamentales para que trabajen en conjunto para promover la cultura ecuatoriana que está siendo olvidada o ignorada por los cambios sociales.

4.2. Objetivos de la propuesta.

4.2.1. Objetivo General.

Proponer un taller vacacional con el nombre “Promoviendo lo nuestro”, siendo este un mecanismo para captar la atención de los estudiantes y a su vez brindarles actividades didácticas donde se promueva la cultura y folclor ecuatoriano, esto permitirá que la juventud que está sumergida actualmente en videos y plataformas virtuales que no educan y si “contaminan” su desarrollo se interesen y logren conocer sus raíces de una forma atractiva como también les permitirá ejecutar acciones que nunca se habían animado a realizar.

4.2.2. Objetivos Específicos.

- Sociabilizar con el personal administrativo y docentes de la Unidad Educativa “Chelcie” para que promuevan en sus clases la cultura y folclor ecuatoriano de manera interactiva.
- Fortalecer las relaciones con el grupo de folclor Proyección Durán para que interactúen con los estudiantes y los incentiven a ser parte de esta propuesta y permitiendo que los estudiantes que deseen logren pertenecer a sus grupos de baile.

4.3. Beneficiarios.

4.3.1. Directos: Los beneficiarios directos de esta propuesta son todos los estudiantes de la Unidad Educativa Chelcie.

4.3.2. Indirectos: Los beneficiarios indirectos son los padres de familia, docentes y personal administrativo pues el taller será brindado para todos aquellos que quieran asistir.

4.4. Descripción de la propuesta.

El taller vacacional “Promoviendo lo nuestro” tiene la finalidad de dar a conocer las costumbres y tradiciones ecuatorianas de manera interactiva, es decir, realizar actividades que promuevan la cultura ecuatoriana usando a favor los intereses que poseen actualmente los jóvenes como son los videos y plataformas digitales, como también a través del baile, pues uno de los principales problemas es que los jóvenes actualmente no poseen ningún interés por conocer o ser parte de su cultura, es por esto que a través de este taller se pretende promover la cultura ecuatoriana sin llegar a ser aburridos para que los estudiantes se animen a asistir.

Para esto se contará con el apoyo del grupo folclórico Proyección Durán quienes darán a conocer las historias del grupo, anécdotas, compartirán sus experiencias al pertenecer a un grupo que se dedica a mantener vigente la cultura ecuatoriana y a representar al Ecuador de manera internacional como también impartirán clases de baile dentro del taller.

Todas las actividades que se realizarán en el taller serán de manera interactiva y didáctica, conocemos el impacto y la influencia que tienen los *youtubers* frente a los estudiantes por eso es importante captar su atención usando sus intereses a favor.

El taller será impartido para todos aquellos estudiantes de la Unidad Educativa Chelcie que deseen asistir a partir de 4to año de Básica en adelante,

pues se estima estimular y formar a los estudiantes sobre la cultura ecuatoriana a partir de los 9 años.

4.5. Afiche del taller vacacional.

Ilustración: Afiche “Promoviendo lo nuestro”



Elaborado por: Jerson Ronny Sánchez Lema

4.6. Cronograma de actividades.

Tabla: Actividades

MESES		NOVIEMBRE 2018				DICIEMBRE 2018				ENERO 2019			
ACTIVIDADES	SEMANAS	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración del cuestionario de preguntas para las entrevistas y encuestas.		x											
Entrevista y socialización con las autoridades de la Unidad Educativa Chelcie.							x						
Socialización con el director del grupo folclórico Proyección Durán para la colaboración con el taller.								x					
Diseño del taller vacacional									x				
Reunión con las autoridades del plantel sobre el taller vacacional										x			
Culminación de la elaboración del trabajo investigativo											x		
Revisión de los contenidos por parte del tutor.												x	

Elaborado por: Jerson Ronny Sánchez Lema

4.7. Presupuesto

tabla: Presupuesto

PRESUPUESTO			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V/UNITARIO	PRECIO TOTAL
2	Laptop	650	1300
2	Cámara	800	1600
2	Parlantes	400	800
2	Proyectores	200	400
80	Pinturas	2.00	160
100	Cartulinas	0.50	50
100	Alquiler de trajes	5.00	500
4	Instructores	300	1200
TOTAL			6.010 \$

CONCLUSIONES

Luego de realizar los estudios señalados dentro del periodo determinado en la unidad de observación, se logró obtener importantes datos arrojando como resultado las siguientes conclusiones:

- Se pudo establecer el impacto y la influencia que generan estos youtubers gamers españoles en los estudiantes y como estos adoptan comportamientos y palabras que logran percibir en estos, a su vez se logró determinar que debido a la tendencia y poder que poseen estos *influencers* los jóvenes dedican gran parte de su tiempo a esta plataforma adoptando una identidad que no es la propia.
- Se logró estudiar y determinar las principales teorías e influencias que logran generar los youtubers gamers españoles en los estudiantes de 9 a 12 años y como estos adoptan sus comportamientos y tratan de imitarlos, acogiendo palabras y expresiones en su diario vivir.
- Por medio de los métodos y técnicas aplicadas en esta investigación se logró determinar que efectivamente los estudiantes poseen gran dominio de la plataforma digital YouTube, no tienen un control por parte de sus padres y muchos de ellos imitan a su youtuber gamer favorito para “llamar la atención y sentirse popular” y es muy poco el dominio que poseen los docentes ante esta tendencia.
- Los estudiantes encuestados y los docentes entrevistados, manifestaron que la construcción de identidad que manejan los jóvenes a través de los videos en YouTube y más aun de los youtubers es alarmante, pues el

vocablo, comportamientos y clase de contenido presentado en estos videos son poco educativos y suelen ser groseros para así captar a los jóvenes y llamar su atención, alejándolos de desarrollar una personalidad y más aun evitando que se interesen por cosas formativas y educativas.

- Se comprobó que los estudiantes estarían de acuerdo en participar a un taller práctico y didáctico donde les enseñen a promover la cultura ecuatoriana y sentirse identificados con ella, a su vez la unidad educativa estaría también interesada en ejecutar más seguido esta clase de actividades, que no solo divierten, sino que también tienen una labor formativa.

RECOMENDACIONES

Gracias a las conclusiones presentadas se logra determinar las siguientes recomendaciones:

- Se les recomienda a los padres de familia y docentes del plantel educativo familiarizarse con las plataformas digitales como lo es YouTube y de esa forma tener un poco de más control del comportamientos y actitudes que adoptan los estudiantes, pues se cree que es “algo pasajero” y no se le brinda la importancia necesaria pues son jóvenes que están en plena formación y es cuando empiezan a desarrollar su verdadera personalidad y esta puede ser influenciada por estos Youtubers gamers españoles.
- Debido al fácil acceso que poseen los estudiantes a estos contenidos, es importante que los docentes y padres de familia, utilicen esas herramientas didácticas y que son atractivas para los

jóvenes de forma positiva, haciendo de las clases más interactivas con videos divertidos pero que sean educativos.

- Se sugiere promover en las aulas de clase la identidad ecuatoriana, rescatando costumbres, tradiciones que están desapareciendo debido a esta clase de “tendencias” que alejan a los jóvenes de sus raíces.
- Proponer una serie de socializaciones con los padres, docentes y autoridades de la Unidad Educativa Chelcie sobre lo perjudiciales que pueden llegar a ser esta clase de videos para los estudiantes, por su índice de violencia y el contenido que manejan estos Youtubers pues no hay un control por parte de los representantes respecto a las plataformas digitales.
- Se propone ejecutar un taller vacacional donde se le impartan a los estudiantes conocimientos sobre el Ecuador sin que estos lleguen a convertirse en algo aburrido, es decir, impartir clases de bailes folclóricos, desarrollo de mitos, leyendas, etc. Lograr una identificación ecuatoriana a través de materiales didácticos y atractivos para los estudiantes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Aguado, Juan. (2004). *Introducción a las teorías de la comunicación y la información*. Departamento de Información y Documentación Facultad de Comunicación y Documentación Universidad de Murcia. Pg. 205.
2. Bañuelos, Jacob. (2009). YouTube como plataforma de la sociedad del espectáculo. *Revista Razón y Palabra*. Estado de México. Pg.13.
3. Berzosa, Millán I. (2017). *Youtubers y otras especies: El fenómeno que ha cambiado la manera de entender los contenidos audiovisuales*. Editorial Ariel, S. A. Madrid. Pg.24.
4. Blanco, Norma. (2015). *Evolución y revolución de género en las series de ficción contemporáneas. La última salida: la comedia*. Universidad de Salamanca España. Pg.72.
5. Blog de la Facultad de Ciencias de la Comunicación une Querétaro. *Construcción de la identidad colectiva con el URL <https://cienciasdelacomunicacionune.wordpress.com/2015/03/29/el-proceso-de-construccion-de-la-identidad-colectiva/>* Consultado en línea el 22 de agosto del 2018.
6. Brönstrup, Celsi; Godoi, Elena, Et Al. (2009). Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional. Pontificia Universidad Javeriana. *Revista Signo y Pensamiento*. Bogotá. Pg.4.
7. Castillo, Jessica. (2012). *Distribución online de contenidos audiovisuales: análisis de 3 modelos de negocio*. *Revista El profesional de la información*. Castellón. España Pg.1.
8. Castro, Ixchel. (2012). *La recepción crítica de series de televisión y cortos cinematográficos infantiles como alternativa para el desarrollo de valores en educación preescolar*. Tesis de la Universidad Pedagógica Nacional. México. Pg. 152.
9. Chacón, Pedro; Sánchez, Joaquín. (2009). *La estructura familiar de los Simpsons a través del dibujo infantil*. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*. Pg.2-3.

10. Cólás, Bravo. (2007). *La construcción de la identidad de género: Enfoques teóricos para fundamentar la investigación e intervención educativa*. Revista de Investigación Educativa. Murcia. Pg. 4.
11. Díaz, Laura. (2016). *Entre la imagen light y la imagen identitaria. Las revistas de entretenimiento en Colombia frente a la cuestión afro*. Revista Comunicación y Ciudadanía. Colombia. Pg.1.
12. Espinoza, Jorge. (2012). *Semiótica y retórica aplicada en el desarrollo de personajes y escenarios destinados a proyectos de aprendizaje móvil (m-learning)*. Universidad Tecnológica de la Mixteca. Huajuapán de León. Oaxaca. Pg.23.
13. Fernández, Andrea. (2016). *Los estereotipos: definición y funciones*. Revista Automne. Madrid. Pg.5.
14. Fernández, Israel, (2018). *ElRubius organizó un torneo de Fortnite con 100 youtubers. Resultado: ya es el streaming más popular de la historia*. Portal web eSports Unlocked by Orange <https://www.esportsunlocked.com/fortnite/elrubius-organiza-torneo-de-fortnite-con-100-youtubers-resultado-el-streaming-mas-popular-historia/>. Consultado el 22 agosto del 2018.
15. Fonseca, María; Correa, Alicia. (2011). *Comunicación oral y escrita*. Pearson educación. México, Pg.2.
16. Garcia, Alfonso. (2008). *Identidades y representaciones sociales: la construcción de las minorías de la revista Crítica de ciencias sociales y jurídicas*. Revista crítica de ciencias sociales y jurídicas. Murcia. Pg.3.
17. Gomez, Noemi. (2014). *Youtubers fenomeno d ela comunciacion y vehiculo de transmision cultural para la contruccion de identidad adolescente*. Universidad de Cantabria. Pg.25.
18. González, Elier; Chica, Diego. (2018). *Conducta de los suscriptores en YouTube: estudio de caso del canal Enchufe Tv*. Revista Scielo. Pg.2.
19. Jiménez, Ricardo. (2016). *Incrementa la popularidad de tu canal de YouTube*. Portal web Espacios de México S.A de C.V. Con el URL <http://www.espacios.net.mx/aprende-mejorar-tus-videos-de-youtube/>. Consultado el 22 agosto del 2018.

20. Jódar, Juan; Polo, David. (2009). *Distribución de contenidos audiovisuales en internet. La expansión de la alta definición y la migración de flv a mpeg-4*. Revista Razón y palabra. Estado de México. Pg.3.
21. Linares, Iván. (2018). *Niños youtubers, los riesgos de una profesión no apta para menores*. Revista web El Español. Con el URL https://www.elespanol.com/social/20180303/ninos-youtubers-riesgos-profesion-no-apta-menores/289221505_0.html. Consultado el 22 agosto del 2018.
22. López, Adrián. (2016). *Youtubers. Nueva lógica comercial y narrativa en la producción de contenidos para la web*. Letra. Imagen. Sonido L.I.S. Ciudad mediatizada. Buenos Aires. Pg.2.
23. Montero, Tamara. (2017). *Los adolescentes reproducen en las redes sociales estereotipos machistas*. Revista web La voz de Galicia. Con el URL https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/tecnologia/2017/04/20/adolescentes-reproducen-redes-sociales-estereotipos-machistas/0003_201704G20P56995.htm. Consultado en línea el 22 agosto del 2018.
24. Navarro, Nuria. (2014). *Los mensajes televisivos y la infancia: retos socioeducativos*. Universidad Complutense de Madrid. Madrid. Pg.35-38.
25. Página oficial de YouTube del youtuber gamer EIRubius con el URL <https://www.youtube.com/watch?v=T9dS7Zj27mY>. Consultado el 22 agosto del 2018.
26. Parra, Juan. (2014). *La imagen y la esfera semiótica*. Revista de la Escuela de Arquitectura y Diseño. Medellín. Pg.10.
27. Pérez, José. (2012). *La actualidad en YouTube: claves de los videos más vistos durante un mes*. Universidad de Málaga. México. Pg.1.
28. Pérez, Vanesa; Pastor, Yolanda. Et Al. (2018). *Los youtubers y la construcción de la identidad adolescente*. Revista Comunicar. Madrid. Pg.2.
29. Portal web Brand Manic. *Youtubers, los reyes de la influencia con el URL* <http://www.brandmanic.com/youtubers-marketing-influencia/>. Consultado en línea el 22 agosto del 2018.
30. Ramírez, Beatriz. (2017). *La identidad como construcción de sentido*. Revista Andamios. Distrito Federal. México. Pg. 2-4.

31. Ramos, Rafaela. (2016). *Cambio en los modos de producción y de consumo del audiovisual por efecto de las exigencias parámetros de estructura comunicacional de las redes sociales como YouTube y Facebook: el caso de Enchufe.tv*. Tesis de maestría Universidad Andina Simón Bolívar. Quito. Pg.41.
32. Sánchez, Dávila. (2016). *Recepción televisiva y mediación representada en la serie Los Simpson*. Tesis de la Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca. Pg.4.
33. Siri, Laura. (2008). *Un análisis de You Tube como artefacto sociotécnico*. Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. Pg2.
34. Soto, María. (2016). *Dimensiones de la semiótica en la transformación del espacio público de urbanizaciones*. Revista Electrónica Científica Perspectiva. Pg.5.
35. Suarez, Alicia. (2015) *Comunicación e identidad visual: manual de identidad visual corporativa para empresa importadora mega-repuestos*. Tesis de la Universidad Central del Ecuador Facultad de Comunicación Social. Quito. Pg.6.
36. Unidad educativa Chelcie. Página oficial de facebook con el URL <https://www.facebook.com/escuelachelcie/> . Consultado en línea el día 29 de febrero del 2019.
37. Vaca, Patricia. (2007). *Construcción de significados frente a los contenidos violentos de los videojuegos en niños de 11 a 14 años*. Revista Acta Colombiana de Psicología. Bogotá. Pg.4.
38. VAN-DER HOFSTADT, CARLOS. (2013). *El libro de las habilidades de comunicación: cómo mejorar la comunicación personal*. Díaz de santos. Segunda Edición. España. Pg.6.
39. Zabala, Juan. (2017). *Trayectos de vida y construcción de televidencias. Un estudio a la luz del análisis crítico de recepción*. Pg. 120.

Índice de apéndice

Apéndice 1: Evidencias de las encuestas realizadas en los respectivos cursos de 4to, 5to y 6to de educación básica	80
---	-----------

APENDICE

Modelo de la encuesta realizada en la escuela Chelcie



ENCUESTA



Tema: “Los “youtubers gamers” españoles y su influencia en la construcción de la identidad cultural en niños de 9 a 12 años de edad en la escuela particular mixta “Chelcie” de duran, 2018”.

1. ¿Desde hace cuánto tiempo empezaste a ver videos en YouTube?

- ❖ 6 meses
- ❖ 1 año
- ❖ Más de 2 años

2. ¿Cuántas horas al día dedicas a ver videos de youtubers gamers españoles?

- ❖ 1 hora
- ❖ 2 a 4 horas
- ❖ 5 en adelante

3. Nombra ¿Cuál es el youtubers gamers español que más te gusta y menciona por qué?

4. ¿Cuál es el medio que más utilizas para ver los videos?

- ❖ Tablet
- ❖ Teléfono móvil
- ❖ Computadora
- ❖ Laptop

5. Menciona ¿Cuáles son las palabras que más usas y que aprendiste de esos youtubers?

.....
.....

6. ¿Te sientes identificado con uno de esos youtubers gamers españoles?

- ❖ Si
- ❖ No

7. Si tu respuesta fue Sí en la pregunta anterior ¿Podrías indicar si tratas de imitar las expresiones que escuchas de ellos?

- ❖ Si
- ❖ No

8. ¿Tus padres controlan el tiempo que pasas viendo los videos?

- ❖ Si
- ❖ No

9. ¿Cree usted que, si se realizan dentro de la Unidad Educativa actividades didácticas e interactivas, los estudiantes se interesarían en ellas? Donde 5 es totalmente de acuerdo y 1 en desacuerdo.

TOTALMENTE DE

5	4	3	2	1
---	---	---	---	---

 ACUERDO
EN DESACUERDO

10. ¿Estaría de acuerdo en asistir a un taller interactivo donde se promueve el folclor ecuatoriano y donde se realicen actividades interactivas?

- ❖ Si
- ❖ No

Apéndice 1: Evidencias de las encuestas realizadas en los respectivos cursos de 4to, 5to y 6to de educación básica



Entrega de encuestas a los estudiantes de 4to de básica



Explicación de cada una de las preguntas de las encuestas



Culminación de las encuestas de 4to de básica



Entrega de las encuestas a los estudiantes de 5to de básica



Culminación de las encuestas con 5to de básica



Estudiantes de 6to de básica realizando sus encuestas



Entrevista a la socióloga Ruth Vélez Zambrano