



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL
Y DERECHO

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LA CARRERA
COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA: Uso de los medios de comunicación tradicionales y digitales como herramientas educomunicativas complementaria en la formación de estudiantes de la carrera de Comunicación, modalidad presencial de la Unemi, en el período noviembre 2021 a marzo 2022"

Autores:

Srta. Carranza Villalta Paola Elizabeth.

Srta. Fonseca Lucas Rosa Isabel.

Tutor:

Mgr. Del Campo Saltos Guillermo Segundo

Milagro, Marzo2022

ECUADOR

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación se lo dedico a mis padres quienes me han apoyado para poder llegar a esta instancia de mis estudios, ya que ellos han estado presentes para apoyarme moral y psicológicamente.

También la dedico a mi hijo quien ha sido mi mayor motivación para nunca rendirme en los estudios y poder llegar ser un ejemplo para él.

Sin embargo, esta dedicatoria es también para mi compañera de tesis Rosa Fonseca porque siempre estuvo dispuesta a impartir sus conocimientos con nuestro trabajo de investigación.

Finalmente, le dedico este trabajo de investigación a mis docentes por haberme impartido e inculcado sus conocimientos y enseñanzas en el transcurso de mi carrera profesional.

Carranza Villalta Paola Elizabeth.

El presente trabajo de investigación ha sido el resultado de mucha dedicación y esfuerzo por lo que es indispensable dedicárselo a las personas que han estado conmigo en este proceso y que son mi motor para seguir luchando por alcanzar mis metas. A mis padres: Isabel Lucas y Marcelo Fonseca, a mis hijos: Danna y Emiliano, a mi esposo: Elvin Ortega y a mi hermana Ginger Fonseca. El apoyo incondicional de mi familia ha sido fundamental para este gran logro.

Fonseca Lucas Rosa Isabel.

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios, por ser mi gran fortaleza que guía mis pasos cada día. A mi madre, por ser siempre mi apoyo incondicional y por siempre impulsarme hacer mejor y lograr con éxito mi carrera. A mi hijo por ser pilar fundamental en mi crecimiento personal y profesional y sobre todo por darme esa alegría, motivación y lucha para seguir adelante. A mi esposo y hermanos que son mi ayuda y mi fuerza. A mi tutor Mgtr. Guillermo Del Campo, quien me ha guiado pacientemente en el desarrollo de este importante trabajo de investigación el cual nos acerca cada día más a la meta que es la adquisición de mi título profesional, y no podía dejar de agradecer a mis distinguidos docentes, por aportar con sus grandes experiencias y conocimientos.

Carranza Villalta Paola Elizabeth.

Al concluir mis estudios superiores es necesario agradecer en primera instancia a Dios por la salud y sabiduría, pues sin él nada hubiese sido posible, gracias a cada uno de los docentes de la Unemi por los conocimientos impartidos, agradezco también a nuestro tutor y guía durante este trabajo arduo de investigación el Mgtr. Guillermo Del Campo, en especial agradezco a mi familia por su apoyo incondicional a lo largo de mi formación académica, ellos han sido mi inspiración para alcanzar esta importante meta.

Fonseca Lucas Rosa Isabel.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE GENERAL.....	iv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	vi
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO 1	3
1. INTRODUCCIÓN	3
1.1. Planteamiento del problema	4
1.2. Objetivos	6
1.3. Justificación.....	7
1.4. Marco Teórico.....	7
CAPÍTULO 2.....	21
2. METODOLOGÍA	23
CAPÍTULO 3.....	25
3. RESULTADOS (ANÁLISIS O PROPUESTA)	30
RECOMENDACIONES	¡Error! Marcador no definido.
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49
ANEXOS.....	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Componentes de la comunicación educativa. Fuente: (Coslado, 2018)	11
--	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Abreviaturas de fórmula para población finita.....	28
Tabla 2 Fórmula de la muestra de estudiantes.....	28
Tabla 3 Cuadro de Variables.....	29
Tabla 4 Pregunta 1.....	36
Tabla 5 Pregunta 2.....	36
Tabla 6 Pregunta 3.....	37
Tabla 7 Pregunta 4.....	37
Tabla 8 Pregunta 5.....	37
Tabla 9 Pregunta 6.....	38
Tabla 10 Pregunta 7.....	38
Tabla 11 Pregunta 8.....	39
Tabla 12 Pregunta 9.....	39
Tabla 13 Pregunta 10.....	40
Tabla 14 Pregunta 11.....	40
Tabla 15 Pregunta 12.....	40
Tabla 16 Pregunta 13.....	41
Tabla 17 Pregunta 14.....	41
Tabla 18 Pregunta 1.....	42
Tabla 19 Pregunta 2.....	42
Tabla 20 Pregunta 4.....	43
Tabla 21 Pregunta 6.....	43
Tabla 22 Pregunta 7.....	43
Tabla 23 Pregunta 8.....	44
Tabla 24 Pregunta 9.....	44
Tabla 25 Pregunta 10.....	45
Tabla 26 Pregunta 11.....	45
Tabla 27 Pregunta 12.....	46

Uso de los medios de comunicación tradicionales y digitales como herramientas educomunicativas complementaria en la formación de estudiantes de la carrera de Comunicación, modalidad presencial de la Unemi, en el período noviembre 2021 a marzo 2022"

RESUMEN

Los medios de comunicación tienen roles y dimensiones educativos, los cuales están ligadas con sus funciones habituales las cuales son entretener e informar, siendo la educación un contexto que no requiere de situaciones temporales puesto que, siempre solicitará estados permanentes para su desarrollo, debido a que estas enseñanzas durarán por tiempos prolongados en las personas, mediante estos aprendizajes las personas se adaptan a acertadamente en el entorno en el cual interactúan. Por tanto, la presente investigación tiene por objetivo analizar el tipo y nivel de uso de los medios de comunicación tradicionales y digitales como herramientas educomunicativas complementarias para la formación los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Unemi, provincia del Guayas, empleándose una investigación aplicada, con enfoque mixto, la población fueron los docentes y estudiantes de la carrera de Comunicación Social, los instrumentos empleados fueron encuesta a docentes y estudiantes, una entrevista a expertos. Se concluyo que dentro de los principales medios de comunicación empleados son la radio y las redes sociales.

PALABRAS CLAVE: Medios de comunicación tradicionales, tradicionales, digitales, educomunicación.

Use of traditional and digital media as complementary educommunicative tools in the training of students of the Communication career, face-to-face modality of Unemi, in the period November 2021 to March 2022"

ABSTRACT

The media have educational roles and dimensions, which are linked to their usual functions which are to entertain and inform, education being a context that does not require temporary situations since it will always request permanent states for its development, because These teachings will last for a long time in people, through these learnings people adapt correctly to the environment in which they interact. Therefore, this research aims to analyze the type and level of use of traditional and digital media as complementary educommunicative tools for training students of the Social Communication career at Unemi, province of Guayas, using an investigation applied, with a mixed approach, the population was the teachers and students of the Social Communication career, the instruments used were a survey of teachers and students, an interview with experts. It was concluded that within the main means of communication used are radio and social networks.

KEY WORDS: Traditional, traditional, digital media, educommunication.

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

La “educación comunicacional” es el tipo de educación que se encuentra orientada para brindar conocimientos y aprendizajes a través de la comunicación, es decir, tiene un valor formativo, razón por la cual es una de las más opcionadas a emplearse en el aula clase o en un contexto educativo, como todo proceso de aprendizaje requiere la inserción de metodologías y contenidos que faciliten su aplicación tomando en consideración las necesidades individuales de cada estudiante o colaborador.

Cabe recalcar que en todo contexto de “comunicación educativa” fluctúan significativamente dos sistemas y estos son el rol comunicativo y el rol educativo, siendo este último el mecanismo clave de la sociedad y por ende se desarrolla a través de las instituciones educativas. No obstante, cuando la educación es mencionada en cualquier contexto hace referencia a instituciones en específicas que validan e imparten conocimientos.

Los medios de comunicación tienen roles y dimensiones educativos, los cuales están ligadas con sus funciones habituales las cuales son entretener e informar, siendo la educación un contexto que no requiere de situaciones temporales puesto que, siempre solicitará estados permanentes para su desarrollo, debido a que estas enseñanzas durarán por tiempos prolongados en las personas, mediante estos aprendizajes las personas se adaptan a acertadamente en el entorno en el cual interactúan.

Actualmente las Tecnologías de Información y Comunicación en compañía de los medios de comunicación han ejercido una influencia significativa que trasgrede el solo hecho de reproducir información, puesto que este pasa a ser uno de los indicadores que regulan las formas de enseñar y aprender, por ende, su inserción en el campo educativo formula evoluciones en la forma de relacionarse entre el estudiante y docente.

Por lo antes expuesto, la presente investigación, surge bajo la necesidad de considerar los medios de comunicación tradicionales y digitales como herramientas trascendentales en la formación de estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Unemi en el cantón Milagro, puesto que, actualmente existe un desfase en cuanto al uso que se las da a los medios de comunicación en el ámbito educativo, siendo el desinterés uno de los factores principales descubiertos en los estudiantes, debido a que, su único medio de información son las redes sociales.

La investigación está estructurada en varios capítulos, en el primero, abarca asuntos relativamente significativos en cuanto a la recopilación de datos que evidencia el problema, seguido se encuentran los objetivos de investigación, aquí se desarrolla el objetivo general que corresponde a la visión global de lo que se espera obtener en el desarrollo de la investigación, mientras que en los objetivos específicos son la consecuencia del objetivo general, no obstante, estos le dan sentido y aportan de manera importante en la construcción del importante escrito.

En la justificación se sustenta el por qué se realiza el trabajo de investigación, alegando la relevancia social, alcance y demás aspectos claves, posteriormente se encuentra el marco teórico, el cual está compuesto por el estado del arte, fundamentación teórica y fundamentación legal, cada uno de estos segmentos son aquellos que otorgan el sentido crítico y epistemológico del trabajo realizado.

En el capítulo II se detalla de forma clara la metodología que se empleó para llevar a cabo la investigación, cabe recalcar que el aspecto metodológico es una de los más esenciales en la investigación científica puesto que a través de la misma se expone el tipo de investigación, el enfoque, los métodos, técnicas e instrumento que permitieron que la investigación avance sin limitación alguna.

Posteriormente en el capítulo III se da a conocer los resultados de la investigación, es decir, se expone la información proporcionada por los actores implicados en el proceso investigativo, es decir, docentes, estudiantes y expertos entendidos en la carrera de Comunicación Social.

1.1. Planteamiento del problema

Se conoce que los medios de comunicación son herramientas que se han venido empleando desde hace mucho tiempo atrás con la finalidad de expandir un acontecimiento, noticia o fenómeno que deba ser de conocimiento público. Actualmente en la cotidianidad de los individuos de cualquier forma toman contacto con recursos informativos a través de los cuales brindan información sobre los acontecimientos de diversas índoles que se suscitan en la comunidad donde se desarrollan y en entornos globales.

Con lo antes expuesto se puede destacar que en los últimos años los centros educativos no sustentan adecuadas relaciones con los medios de comunicación, es decir, no existe una práctica por parte del docente entre lo que se dice y se práctica, por lo que, la

relación de los estudiantes con los medios de comunicación ha sido escasamente explorada en el contexto actual.

Cabe recalcar que los medios de comunicación, desempeñan un papel central en la vida de los niños y de los adolescentes específicamente, puesto que, modifican la manera de construir el saber, el modo de aprender y la forma de conocer debido a que es una de las principales fuentes de ocio y de información rápida a través del cual se percibe la realidad y la interacción con su entorno.

Como es de conocimiento general, tras la inserción de las TICS en las instituciones educativas debido al confinamiento que trajo consigo la pandemia por COVID-19, los medios de comunicación tomaron gran ventaja, puesto que, todos se encontraban a la expectativa de mantenerse informados en cuestión a los sucesos acontecidos por el cambio brusco de la pandemia.

Desde marzo del 2021, el paradigma cambió, los medios de comunicación tradicionales y digitales tomaron mayor relevancia, pero actualmente, se conoce que en los centros de educación superior los estudiantes universitarios no toman como una ventaja estos medios puesto que no los utilizan para brindarle a su formación un complemento que les permita estar siempre a la vanguardia; también se desconoce si el docente los emplea como herramientas educomunicativas para la formación de los estudiantes, no obstante, si el docente no plasma dichos recursos en el aula clase, los estudiantes no lo tendrán en consideración.

Se explica también que los medios comunicativos en el siglo XXI se han arraigado en la cotidianidad de las familias ahora más que nunca, revelando misterios, formulando hipótesis, produciendo e inventando fantasías. Como lo denomina (González, García, & Cápiro, 2020) “La aplicación de esta nueva corriente pedagógica como la denominan varios, es un tema que involucra el uso de estrategias comunicacionales y educativas para mejorar los niveles de aprendizaje” (p.45).

En el entorno globalizado en el que se vive actualmente es fundamental acentuar que en todos los países es sustancial que tanto docentes como estudiantes se formen para brindar y recibir una educación basada en calidad. En base a lo expuesto en líneas anteriores, se trazan las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Qué tipo de herramientas digitales usan los estudiantes universitarios para complementar su aprendizaje?
2. ¿Qué tipo de medios tradicionales utilizan los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Unemi para su aprendizaje complementario?
3. ¿Qué nivel y que uso les dan los estudiantes universitarios a las herramientas educacionales para el proceso de aprendizaje?

Formulación del problema

¿Qué uso le dan los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Unemi a los medios de comunicación tradicionales y digitales en su formación complementaria?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Analizar el tipo y nivel de uso de los medios de comunicación tradicionales y digitales como herramientas educacionales complementarias para la formación los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Unemi, provincia del Guayas.

1.2.2. Objetivos Específicos

1. Determinar los tipos de medios de comunicación tradicionales y digitales que utilizan los docentes de la carrera de Comunicación Social de la Unemi como herramientas educacionales.
2. Definir tipos y nivel de uso que le dan los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Unemi a los medios de comunicación tradicionales y digitales como herramientas educacionales complementaria en su formación.
3. Conocer, desde la opinión de expertos, cómo influyen los medios de comunicación tradicionales y digitales como herramientas educacionales en la formación de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Unemi.
4. Proponer estrategias para potenciar el uso de los medios de comunicación tradicionales y digitales como herramientas educacionales complementarias para la formación de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Unemi.

Variable Dependiente: Medios de comunicación

Variable Independiente: Herramienta edu-comunicativa para la formación de estudiantes de la carrera de comunicación de la Unemi.

1.3. Justificación

La llegada de las TICS y su inserción en el ámbito educativo debe ser investigada para determinar su uso y beneficios tanto positivos como negativos que trae consigo todo proceso de cambio. Por lo que, los medios de comunicación también requieren de un exhaustivo análisis para conocer el rol que estos tienen en el proceso enseñanza aprendizaje en los cuales se involucran docentes, estudiantes y demás comunidad educativa.

El presente tema es considerado como novedoso e importante puesto que a través de su revisión se trata de comprender la perspectiva que tienen tanto estudiantes como docentes sobre los medios de comunicación tradicionales y digitales que están inmersos en el proceso educativo. El desarrollo de la misma permitirá identificar si efectivamente estos medios son empleados por los docentes y estudiantes en el proceso de enseñanza aprendizaje y a su vez conocer si estos proporcionan ventajas que involucren la evolución de la educación.

En base a los resultados recopilados se establecerá si los medios de comunicación brindan beneficios en la educación, siendo los benefactores directos los estudiantes y docentes de la carrera de comunicación social de la Universidad estatal de milagro, institución donde se desarrollará el presente trabajo de integración curricular.

No obstante, se recalca también que el presente proyecto posteriormente puede ser considerado como referente teórico que sustente futuras investigaciones con el afán de brindar una mejora al proceso de enseñanza en el contexto ecuatoriano, razón por la cual la investigación es factible porque se cuenta con todos los recursos necesarios para desarrollarla, dentro de estos recursos se destaca en primera instancia el tecnológico, el humano, el técnico y la información proveniente de otros estudios que sustentan la investigación actual.

1.4. Marco Teórico

1.4.1. Evolución de los medios de comunicación y la educomunicación

(Sedano, 2019) en su trabajo “La educación en medios de comunicación”, destaca que el propósito de su investigación Está fundamentada en la determinación de cada una de las particularidades que poseen los maestros como receptores de los medios de comunicación, donde se comprende que la escuela se edifican efectos culturales y a su vez se traza la identidad de los niños, no obstante se especifica que esta investigación posee un enfoque cualitativo, hizo una descripción de alumnos y docentes que habitan en el territorio

binacional. Se determinó que son consumidores de medios de comunicación e intercambian ideas con el afán de acrecentar sus competencias en cuanto a la comprensión audiovisual.

Acorde lo expuesto por (Jurado, 2020) en su obra titulada “La educomunicación como estrategia comunicativa en la recuperación y preservación de los saberes populares y ancestrales en niños del cantón Simón Bolívar”; quién expone que un reto trascendental al cual hacen frente las personas desde sus comunidades, pueblos y ciudades de forma global es precisamente el poder conservar su identidad, por lo que esta propuesta aplicó una técnica basada en la comunicación interpersonal para conocer las ventajas y beneficios que trae consigo la Educomunicación y como esta metodología proporciona aprendizajes significativos en los estudiantes por medio de los medios de comunicación.

Por su parte, (Panchana, 2018) y su trabajo denominado “Uso de estrategias educomunicacionales en el aula de clases, para un mejor aprendizaje de las estudiantes de la Escuela Fiscal de Niñas 18 de agosto, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena” (p.2), da conocer que la educación basada en los medios de comunicación siempre permitirá abrir paso a la aprendizaje por lo tanto, el autor sostiene que es trascendental que se use la educomunicación en las aulas de clases, adaptando metodologías y contenidos acorde las demandas individuales sean estas de índole social o cultural que poseen los estudiantes, se acentúa también que mediante esta investigación el autor ambicionaba incitar el uso de la educomunicación como herramienta para forjar ecosistemas comunicativos.

En ese sentido, (Alarcón, 2019) en su investigación “Análisis de los usos y formas de comunicación en la pedagogía y didáctica educacional”; explica la importancia del lenguaje no verbal en el proceso de enseñanza aprendizaje; puesto que esta debe poseer un valor extraordinario porque la comunicación y la educación están intrínsecamente relacionadas y a través de esta fusión se puede desarrollar un aporte didáctico en cada contexto educativo que lo requiera.

El autor menciona qué actualmente la educación ha registrado cambios y devoluciones los cuales no son estudiados con el afán de mejorarlos y no se da la oportunidad a la Edu comunicación para impulsar un trabajo en equipo que beneficie a los actores de la educación. Razón por la cual la investigación basó su objetivo en el estudio de los procesos de índole técnico que se desarrollan en la educación y su vez prevé insertar los medios de comunicación para mejorar los procesos educativos.

Acorde a lo acentuado por (Rosales, Chavarría, & Mora, 2019) en su importante trabajo “Herramientas de comunicación y socialización utilizadas por los estudiantes de cuarto año de la carrera de Informática educativa de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, en el proceso de formación académica durante el I semestre 2019” quienes exponen que su trabajo investigativo es el resultado de una exploración que se ejecutó con estudiantes de diversas carreras de la Universidad Nacional, información que se obtuvo por medio de entrevistas las que determinaron las herramientas de comunicación que los estudiantes emplean en su proceso académico.

Los autores exponen que a través de la evolución tecnológica los estudiantes toman en consideración a los medios de comunicación como insumos para obtener un mayor crecimiento académico. No obstante, como resultado de la investigación se obtuvo que la educomunicación cuando es empleado como instrumento para brindar aprendizaje trae consigo aportes significativos que suman en la formación profesional de los estudiantes.

1.4.2. Fundamentación teórica

1.4.2.1. Aspectos fundamentales de la Educomunicación

Acorde a lo expuesto por (Pérez, Gutiérrez, & Gómez, 2021) “La educomunicación es un campo de estudios interdisciplinar y transdisciplinar que aborda, al mismo tiempo, las dimensiones teórico-prácticas de dos disciplinas históricamente separadas: la educación y la comunicación” (p.56). Se la conoce también como método de educar en materia de comunicación o formación en comunicación, etc, pero todos estos conceptos claves sostienen la misma idea y produce los mismos beneficios en el campo educativo.

La educomunicación ubica al hombre en nuevos escenarios socioculturales, con un contexto de cambios permanente que permite formar a la sociedad del conocimiento con diferentes espacios abiertos a la búsqueda y desarrollo de sentidos y de posibilidades; es decir, el hombre aplica la educomunicación como parte de su forma de vida, en una época de creatividad educativa, de innovación con nuevos formatos de trabajo en equipo, de generar alianzas estratégicas, de hacer Coworking y acompañar múltiples caminos de desarrollo; pero también de replantear e ir corrigiendo y formando esa nueva sociedad mediática y tecnologizada, gracias a los cambios sociales y al avance de las TIC. (Navarro, Rubio, & Moreno, 2019, pág. 45)

Se debe asumir entonces la educación como un proceso comunicativo que necesita que lo construyan, analicen y rediseñen persistentemente para que los individuos se manifiesten con conocimientos y culturas que surgieron en base de la apropiación de los recursos otorgados por los medios de comunicación. Por lo tanto, la educomunicación es interactiva y esta demanda de la construcción de entornos comunicativos abiertos para que permitan desarrollar aprendizajes que transformen a las sociedades.

Es fundamental explicar que la educomunicación viene siendo analizada por diversos juicios teóricos y a su vez posee distintas directrices en su forma de ser aplicada. Sin embargo, sin importar esa traba, los entendidos en literatura toman diferentes referentes para empezar estudios profundos sobre la educomunicación (Peña & Riaño, 2019, pág. 45).

Se hace mención también del “enfoque educomunicativo instrumental” el cual es concebido como “educación-comunicación” desde los contextos que transmiten e informan. (Soares, 2018) señala que “en el mundo anglosajón cuando se habla de alfabetización informática y digital se refieren a una destreza instrumental y mecánica, es decir, conocer las herramientas sin considerar los profundos cambios que conlleva la introducción de tecnología en un determinado ámbito” (p.43).

1.4.2.2. Los medios educativos y sus componentes

Los medios educativos o de comunicación son las “producciones mediáticas” que se fundamentan y tienen como objetivo dar cumplimiento a los fines que establece la escuela, estos tienen una demarcada tradición que se origina cuando los medios de comunicación en masa hacían su aparición en determinado tiempo.

Al respecto, es ilustrativa la descripción que sostiene (García, González, & Aguadeo, 2017) sobre “la manera como ya a principios del siglo XX, especialmente en Norte-américa, a la radio se le empiezan a asignar funciones educativas que luego sucumben ante el empuje comercial de la publicidad en los medios privados” (p.56).

Es clara la aseveración que realiza (Soares, 2018) “de la forma como desde comienzos del cine y la radio se empieza a vaticinar en el país el fin de la escuela y del libro como institución y medio educativos respectivamente” (p.32). Cuando aparece la televisión como medio de comunicación masivo es cuando se pretende suplantar a la escuela por estos medios de comunicación en diversas partes del mundo debido a la limitada infraestructura que ostentaban diversos países.

La época mencionada concuerda con la que se conoce como etapa donde se formuló el desarrollo, donde los medios de comunicación tuvieron un rol protagónico dando a conocer el desarrollo e innovación en los contextos industriales y agrícolas, sin embargo, los medios también abarcaron aspectos no cubiertos por el sistema educativo del entonces, brindando cobertura a las falencias ya mencionadas, otorgando la oportunidad a las sociedades de la época instruirse a través de los medios de comunicación.

Se conoce que la etapa donde se propició el desarrollo tiene sus orígenes en la década de los cincuenta, pero una década después esta cobra fuerza de manera intencionada puesto que los gobiernos así lo demandan y es cuando se apuesta hacia los medios educativos.

Educación- comunicación	Comunicación educativa	Medios educativos	Medios pedagógicos	Enseñanza audiovisual
				Ayudas didácticas
			Informática educativa	CAT
				educación virtual
		Medios escolares	Didácticos (gramática)	
			Pedagógicos (pragmática)	

Figura 1 Componentes de la comunicación educativa. **Fuente:** (Coslado, 2018)

Como lo expone (Martineza, 2020), “la etapa de los medios pedagógicos se caracteriza por que hay un esfuerzo por sistematizar la experiencia de lo que se llama enseñanza audiovisual y ayudas didácticas, que hace una diferencia entre la tecnología, los productos, la actuación, etc” (p.43); etapa en la cual se caracterizó la importancia y las ventajas comprensibles y didácticas que desbordaba la imagen.

No obstante, se conoció también que la etapa de la informática para la educación estuvo configurada por dos subetapas, de las cuales la primera estuvo basada en almacenar, brindar acceso y a su vez procesar información, mientras que la segunda etapa se basaba en la interacción, el aprendizaje colaborativo, la educación bajo la virtualidad, etc.

1.4.2.3. Televisión educativa en los procesos de formación académica.

La televisión es un medio de comunicación que tiene gran impacto en las sociedades y en especial en la ecuatoriana, se puede aseverar que este medio por diversas épocas viene transformando aspectos de la vida social, cultural y familiar de los televidentes estableciendo un impacto en la forma de pensar de las personas.

Por medio de este impacto se ha logrado llegar a muchos rincones del mundo, con hechos, noticias o programas de entreteniendo que con sus imágenes, sonidos y videos llama la atención de más de un espectador. Según la trayectoria de la televisión esta fue también un instrumento mediante el cual se brindó en su momento acceso a la educación.

La conjugación de la curiosidad por aprender y la emoción que provoca la televisión en edades tempranas, son elementos que bien fusionados harán que la inclusión de la TV en las dinámicas educativas sea una realidad. La combinación de un lenguaje fácil y rápido con imágenes ricas en colores atrae al público infantil y juvenil. (Marín, González, García, 2013, p. 10)

Lo valioso de este postulado es la afirmación acerca de la inclusión de la televisión en las dinámicas educativas, ya que la propone como una herramienta que conlleva elementos fusionados que generan atracción y fácil comprensión de la información recibida. Sin embargo, la televisión abrió la puerta al consumismo, era que se originó en Estados Unidos en 1920 y se fue expandiendo años posteriores a las demás naciones; como se mencionaba las personas pueden brindarle varias horas a la televisión como parte del entretenimiento, sin embargo, cuando estos aparatos fueron puestos a la venta por primera vez a la comunidad en general, su lanzamiento tuvo el éxito esperado (Torres, 2018).

Se explica que no todo lo que se muestra en pantallas es negativo para adquirir hábitos, valores y conductas, no obstante, desde las instituciones educativas se deben brindar campañas que orienten a los estudiantes a hacer un adecuado uso de los medios como elementos potenciadores de los procesos de enseñanza aprendizaje.

1.4.2.4. La educomunicación en América Latina

La Educomunicación es un paradigma que nació hace más de tres décadas en América Latina como parte del movimiento “Educación y crítica fundado” por Paulo Freire, sin embargo, se dice que también se encuentra estrechamente asociada al “desarrollo de la

educación crítica” en el cual los medios de comunicación era la herramienta clave, esto fue implementado en países desarrollados (Serna, Pedreira, & Guevara, 2019).

Cabe enfatizar que la educomunicación se apega al dinamismo social, donde se debaten posturas, conocimientos, culturas, etc. Situación que convierte a la información debatida en datos importantes para la elaboración de distintos proyectos, estrategias, planes y un sinnúmero de tácticas que apoyan a la educomunicación que resultan favorable para brindarle apertura a nuevos eventos donde se expongan las intervenciones del ámbito de la comunicación social.

La educomunicación tiene como campo de estudio construir de manera agrupada conocimientos que se fundamentan en el análisis de los contextos sociales quien con sus estudios proveen de mecanismos que forjan la capacidad comunicativa de las personas involucradas en este campo.

1.4.2.5. Breve historia de la educomunicación en Ecuador

Como se viene explicando, en el contexto ecuatoriano la producción educomunicativa es limitada, por no llamarla deficiente, puesto que en su mayoría los canales de televisión lo que ofrecen constantemente son programas de entretenimientos, novelas, series, noticias, pero dejan de lado programas que soporten a la educación, con la errónea idea que perderán audiencia y la competencia les superará.

Como se mencionaba, la historia educomunicativa en el país no es extensa, siendo la “Fundación Fidal” quienes se estrenaron en el Ecuador transmitiendo su señal por cable, el proyecto que los llevó a ser reconocidos fue “Edunet”, siendo los primeros en exponer televisión educativa en territorio ecuatoriano.

Posteriormente, en los años 99 en el canal Telerama, se transmitió dos programas educativos los cuales se denominaban “Sé positivos” en el cual participaban los niños y otro similar para la participación de los jóvenes. “Edunet” nace como una idea de varios individuos y de la empresa privada con la finalidad de crear programas que se enlacen con las instituciones educativas.

Según el análisis realizado otro de los importantes programas fue “Arcandina” un programa formativo infantil que fue dado a conocer por “Teleamazonas” entre los años 1996

y 1999. Como menciona la historia, sus productores fueron María Ordóñez y Pablo Palacios quienes sostenían la perspectiva que los infantes era la generación del cambio quienes con una adecuada formación podrían convertirse en ciudadanos de bien con valores y visiones por mejorar constantemente el país (Arcandina, 2012).

Con el slogan “Tú Tienes el poder de salvar la tierra”, la tripulación Arcandina conformada por Cori una loba marina juguetona, Tucán el artista y Jagui el jaguar líder, luchan contra Avariciosus Máximus, un monstruo que ama el dinero y que se hace más fuerte mientras más se destruye el medio ambiente; el compañero de maldad de Máximus es Ratasura, una rata del basurero que cambia de actitud cuando los buenos lo convencen de que está haciendo mal. (Castrillón, 2019, pág. 65)

Se menciona que el éxito de este programa en su momento fue tanto, que recibía el apoyo de los niños con sus constantes llamadas y cartas, puesto que los personajes mencionados generaban conciencia en la infancia que el daño ambiental debía ser parado para no destruir la tierra.

1.4.2.6. **Medios televisivos educucomunicativos ecuatorianos**

En el contexto nacional, son diversos los medios que han desarrollado estilos y tipos de educucomunicación a lo largo de los años, en el presente acápite, se determinan los medios y tipos de programas.

Ecuavisa, con casi años de historia, a pesar de ser un canal privado y comercial, ha desarrollado y transmitido programas educativo infantil con enfoque recreativo y cultural, según la historia uno de estos programas fue “Plaza Sésamo” el que hoy por hoy esta descontinuado debido la nula intervención de parte de sus productores.

Entre las 5.50 y las 8.30 presentaba una revista informativa que abarca entre noticias, entrevistas y reportajes. A partir de esa hora y hasta cerca de las 11.00 se exhibía una revista familiar que era trasmitida desde las instalaciones del canal en la ciudad de Guayaquil; tras la emisión del informativo la programación recae sobre el contenido producido por el proyecto Educa, tras el cual se presentan telenovelas extranjeras seguidas de una serie de producción nacional y el noticiero nocturno; a las nueve de la noche, nuevamente una seguidilla de telenovelas, el noticiero de media noche y código futbol, revista deportiva (Oviedo, 2017, pág. 47).

Acorde a lo expuesto por (Macas, Ortiz, & González, 2019) la radioemisora “La Metro” fue otro de los medios educocomunicativos según la historia, este radio variaba su contenido en base a los días de la semana, es decir, para cada día tenía contenido diferente, pero el contenido que no variaba era el contenido formativo que hacía hincapié en el aprendizaje de la cultura ecuatoriana.

A este importante repertorio de medios se añade la radiorevista cuyo nombre era “No seas Sancho” cuya finalidad era brindar formación educativa a sus oyentes específicamente en literatura, sus productores fueron un grupo de valientes jóvenes que formaban parte de la “Universidad Católica de Quito”, estas programaciones formaban parte de Educa (Caiza, 2021). Como sostiene Sedano (2019) “Ecuavisa uno de los canales más importantes su cobertura y rating solo ocupaba un 10% de su programación diaria en Educomunicación, no invierte en ninguna producción educativa o cultural, de difusión científica o similares” (p.91).

Sus pocas trasmisiones que hacen referencia a contenido educativo es en base al programa Educa, y otro programa de su repertorio es de producción mexicana los cuales ya tienen más de 30 años que fueron puestos al aire.

1.4.2.1. **“Proyecto Aprendamos” Ecuador.**

El programa “Aprendamos de la Fundación Ecuador” tuvo el respaldo de la Universidad Casa Grande, es otro de los importantes programas cuyo fin era educar, se originó a inicios del 2000, "Aprendamos" se convirtió en uno de los proyectos educativos innovadores en el contexto Latinoamericano, la iniciativa para que este surja la tuvo el Municipio de Guayaquil desarrollando alianzas con empresas privadas para su patrocinio, lo transmitieron los más importantes canales de país (Castrillón, 2019).

Se conoció que el proyecto Aprendamos, se fundamentó en la intención de hacer democrática la educación, siendo la televisión la que brinde la educación a distancia, con el único afán de brindar una mejora en calidad de vida de las personas de la ciudad de Guayaquil, este programa estuvo compuesto por:

Programa Televisivo: su duración era de treinta minutos y se exponían situaciones de humor para dinamizar el entretenimiento mientras se aprendía.

Cursos: el único requisito era tener conocimientos en lectura y escritura, estos cursos fueron implementados de acuerdo a análisis desarrollados para conocer las necesidades de las personas.

El material didáctico: estos fueron diseñados por expertos en educación quienes consideraron también las necesidades del grupo y adaptaron sus experiencias con otros grupos, estos materiales estaban adaptados a libros y contenían evaluaciones para corroborar los aprendizajes de las personas.

Certificación: para obtener la certificación los estudiantes debían rendir las pruebas pertinentes para dar fe de sus conocimientos, estas pruebas debían enviarse a los centros tutoriales como era conocido en ese entonces.

Cabe destacar que este importante programa le brindaba la oportunidad a las personas que no podían acceder a la educación formal en centros educativos, con el afán de erradicar a personas analfabetas y aportarles conocimientos a través de los medios de comunicación, el programa era de calidad, era totalmente gratis y lo más importante le daba valor a personas sin conocimientos para que posteriormente puedan defenderse en los diversos contextos de la vida, estuvo por quince años al aire en televisión abierta mediante los cuales consiguió ser aceptados y valorados no solo en territorio ecuatoriano.

1.4.2.2. **Proyecto Educomunicativo Educa: Televisión para aprender**

“EDUCA Televisión para aprender” fue una programación que surgió como idea de la Secretaria Nacional de Planificación (SENPLADES) en el 2011, con la finalidad de incrementar contenidos de índole audiovisual para la ciudadanía en general y en especial para los niños, los cuales exclusivamente daban a conocer aspectos educativos y culturales, este programa fue visto y escuchado por primera vez el 1 de octubre del 2012, el cual fue transmitido por varios canales nacionales y de regiones del país; se destaca también que el proyecto de “Tele Educación” fue gestionada por el Ministerio de Educación mediante acuerdo ministerial Nro. 0233-13 (Cattaán & Rodas, 2016).

“En las primeras series que fueron transmitidas estaban: Entornos Invisibles, que se trata de enseñar de forma divertida los misterios de la ciencia y “la tecnología, contiene un formato de ficción y humor” (Cattaán & Rodas, 2016, pág. 56).

“Mi Ecuador querido”, cuyos protagonistas fueron dos esposos ecuatorianos que después de probar suerte en el extranjero regresan a su país y tratan de adaptarse nuevamente al estilo de vida que llevaban antes de emigrar.

“TVeO en clase” es una serie que en su momento procuró brindar refuerzo escolar al público en general por medio de historias de ficción que incluían diversas áreas como Lengua y Literatura, Matemáticas, Estudios Sociales y Ciencias Naturales.

“Mi Salud TV” era el espacio donde se analizaban temáticas complejas sustentadas bajo el aporte científico, brindando formación a la ciudadanía en ese ámbito específico.

1.4.2.3. **Radio educativa como elemento formador.**

La radio desde que fue inventada es conocida como un medio de comunicación fundamental en la sociedad, aparte de sus bondades de entretenimiento, por medio del avance de la tecnología ha podido instaurar un uso totalmente diferente en los diversos ámbitos sociales, es entonces que se la empieza a conocer como generadora de aprendizajes, el desarrollo y evolución de la misma le permitió adoptar novedosos mecanismos para mejorar el coeficiente intelectual social y cultural de las personas.

Hace varios años atrás era prácticamente imposible idealizar que la educación por medio de los medios de comunicación llegaría a lugares más reconocidos del mundo, pero por medio de la radio este sueño se hizo posible, transmitiendo programas educativos que en primera instancia fueron de matemáticas, siendo el locutor un profesor de matemática que cuando terminaba cada sesión brindaba los reportes respectivos del destacado aprovechamiento de los estudiantes.

Con lo antes expuesto se recalca que este medio comunicativo ha sido de invaluable aporte a la educación por que permitió y permite brindar conocimiento a las comunidades en general (Caiza, 2021).

La oralidad está conectada estrechamente con la radio puesto que sus cualidades de conexión natural así lo establecen, por ende, la capacidad de la radio para llegar a sectores ínfimos de la población de forma inmediata le brindan cualidades efectivas como herramienta para promover la lectura como fuente generadora de conocimientos.

La radio siendo un medio de comunicación masiva exige, como hemos dicho, un conocimiento no solamente técnico sino también de un lenguaje específico. El lenguaje

radiofónico es esencialmente distinto del lenguaje literario: hay un recorrido de lo oral (base de la escritura), a lo escrito, para ir de nuevo a lo oral radial, a veces a través de adaptaciones sencillas o más complejas. El medio radiofónico reivindica la fuerza de la palabra hablada y de la voz como vehículos de la imagen. No puede olvidarse que la identidad de un pueblo está basada en su lengua hablada, en el idioma que utiliza y con el cual nombra su entorno, su cultura, creencias, formas de organización social, manifestaciones artísticas, etc. (Pérez, Gómez, & Marín-Gutiérrez, 2021, pág. 87)

De tal forma Pérez, Gómez y Marín Gutiérrez (2021) manifestaban cuando se inició la radio educativa se pretendía justificar los elevados índices de deserción escolar por las constantes dificultades que tenían las personas para acceder a la educación, estas dificultades contemplaban las largas distancias donde se ubicaban las escuelas de la población que requería educarse, por lo que la radio su vista como una alternativa para acceder a la educación que prácticamente se les fue negada.

1.4.2.4. Medios de comunicación digitales y el impacto en la educación

Con la llegada de la Tecnología de Información y Comunicación, la sociedad se enfrenta a grandes cambios y revoluciones puesto que la tecnología manipula las conductas y el comportamiento de las personas y especialmente la de los niños, por tal razón los medios de comunicación no son preferidos debido a su informalidad, no proveen la misma interacción encontrada en la Internet; por lo que se necesita que los medios de comunicación sean aprovechados en el ámbito educativo (Coslado, 2018).

La educación es pues el pilar fundamental para equiparar las oportunidades de niños, jóvenes y adultos como ciudadanos participativos, críticos y libres en una sociedad que, distando mucho aún de ser inclusiva, plantea grandes retos en la formación inicial y continua; las necesidades se centran en torno a las competencias necesarias para dominar nuevas formas de comunicación, de acceso a la información digitalizada, de expresión sin límites y habilidades informáticas y comunicativas que permitan el aprovechamiento del poder transformador de los medios sociales logrando. (Ramírez, Villalobos, & Lay, 2021, pág. 78).

Mediante la educación plasmada a través de los medios de comunicación digitales, cimiento se agranda y se brinda la oportunidad a las personas de adaptarse a sus necesidades puesto que ya no se requiere que se movilicen a centros educativos para que puedan recibir

instrucción formal, por lo tanto educar a través de los medios no corresponde al simple hecho de conocerlos, esta es una acción pedagógicamente organizada que tiene por finalidad desarrollar y exponer criterios para ser aprendidos, por lo que se establece su concepto como una forma de comprender el lenguaje por medio de la tecnología aportando a la construcción formativa del individuo.

Existen aspectos de los medios de comunicación en el ámbito educativo que deben ser conocidos, a continuación, se los menciona:

Toda la información que transmiten los medios de comunicación son construcciones que posteriormente fueron analizadas Para poder ser transmitida.

Los medios de comunicación edifican la realidad la cual está basada en la observación directa y la experticia del grupo sobre los diversos acontecimientos del entorno de las cuales se establecen conclusiones que posteriormente son incorporadas como construcciones reales

Estos medios poseen implicaciones económicas y comerciales, pues se dice que para que la educación reintegrada a este contexto se necesita conocer los compromisos publicitarios y comerciales y los efectos que estos traen posteriormente.

Los mensajes ideológicos que contienen los medios de comunicación son específicamente estrategias de marketing o publicidad y su forma de ver la vida, todo medio de comunicación por muy grande que sea da conocer valores ideológicos de forma directa o indirecta.

1.4.3. El aprendizaje a través de medios en estudiantes.

Actualmente las relaciones que tienen los jóvenes estudiantes con los medios de comunicación son limitadas, lo que ha llevado a desarrollar diversos estudios a nivel global, en la mayoría de contextos es un tema que no produce preocupaciones puesto que se cree que el entorno social no incide en la relación que los adolescentes edifican con los medios de comunicación en la actualidad (González, García, & Cápiro, 2020)

Cabe destacar que los estudiantes no se desapegan al efecto que poseen estas diferencias sociales puesto que ellos tienen una forma de seleccionar y de analizar los programas televisivos de manera distinta, por lo tanto, es importante que desde la primera infancia se inmiscuya el consumo cultural debido a que posteriormente desarrollan

significaciones importantes acorde al entorno social al que este niño pertenece. Se explica también que acorde al sitio o entorno del joven incide en su formación puesto que, no significa lo mismo encender el televisor a ver un programa de entretenimiento que observar programas educomunicativos.

Una educación en medios implica todas las formas de estudiar, aprender y enseñar, en cualquier nivel y circunstancia, la historia, la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación. Implica también analizar el lugar que ocupan los medios de comunicación en la sociedad, el acceso a ellos, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizada, la participación y la modificación que producen en el modo de percibir el mundo (Ramírez, Villalobos, & Lay, 2021).

No obstante, es fundamental recalcar el rol que tienen los medios de comunicación en la educación, debido a que con el desarrollo tecnológico es de suma urgencia formar jóvenes con habilidades comunicativas para que se relacionen adecuadamente el entorno mediático que los rodea.

1.4.4. Fundamentación legal

Según lo expuesto en “Ley Orgánica De Comunicación” la cual se publicó en el Registro Oficial Suplemento 432 de 20 de febrero del 2019 en el artículo tres establece:

Art. 3.- Contenido comunicacional. - Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social (Ley Orgánica de Comunicación, 2019).

En ese sentido, los medios de comunicación, de acuerdo a la misma ley se definen como lo establece el artículo 5:

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. (LOC, 2019)

En función a ello, y en relación a la prevalencia de la difusión de contenidos, los medios de comunicación deben difundir contenido de carácter informativo, además como lo establece el artículo que afirma lo siguiente:

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos. - Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos contenidos en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador y en la Constitución de la República del Ecuador. (p.05)

Medios de comunicación social

“Art. 70.- Tipos de medios de comunicación. - Los medios de comunicación social son de tres tipos: Públicos; Privados; y, Comunitarios” (p.32).

“Art. 71.- Responsabilidades comunes. La información y la comunicación son derechos que deberán ser ejercidos con responsabilidad, respetando lo establecido en los instrumentos internacionales de derechos humanos, la Constitución y la Ley” (p.32).

Ámbito, principios y fines

Art. 1.- Ámbito. - La presente Ley garantiza el derecho a la educación, determina los principios y fines generales que orientan la educación ecuatoriana en el marco del Buen Vivir, la interculturalidad y la plurinacionalidad; así como las relaciones entre sus actores. Desarrolla y profundiza los derechos, obligaciones y garantías constitucionales en el ámbito educativo y establece las regulaciones básicas para la estructura, los niveles y modalidades, modelo de gestión, el financiamiento y la participación de los actores del Sistema Nacional de Educación. (Ley Orgánica de Educación Intercultural, 2015, pág. 5)

“Art. 2.- Principios. - La actividad educativa se desarrolla atendiendo a los siguientes principios generales, que son los fundamentos filosóficos, conceptuales y constitucionales que sustentan, definen y rigen las decisiones y actividades en el ámbito educativo” (p.5):

a. Universalidad. – se garantiza la educación como derecho y su permanencia es irrevocable;

b. Educación para el cambio. – se concibe a la educación como una herramienta clave para buscar el progreso de las sociedades.

c. Libertad. – pretende brindarles libertad a los sujetos por medio de la formación académica.

Finalmente se recalca la importancia de cada uno de los temas tratados en el marco teórico, debido a que, en él se acentúan aspectos sustanciales que brindan al futuro lector pautas claves para comprender el problema. No obstante, se debe destacar que como aspecto principal se habla de la educomunicación, la cual debe ser asumida como un proceso comunicativo que necesita que lo construyan, analicen y rediseñen persistentemente para que los individuos se manifiesten con conocimientos y culturas que surgieron en base de la apropiación de los recursos otorgados por los medios de comunicación.

Por lo tanto, la educomunicación es interactiva y esta demanda de la construcción de entornos comunicativos abiertos para que permitan desarrollar aprendizajes que transformen a las sociedades. Es fundamental explicar que la educomunicación viene siendo analizada por diversos juicios teóricos y a su vez posee distintas directrices en su forma de ser aplicada. Sin embargo, sin importar esa traba, los entendidos en literatura toman diferentes referentes para empezar estudios profundos sobre la educomunicación.

Otro de los temas destacados es los medios de comunicación, los cuales son la base en la presente investigación estos desarrollan gran influencia en la audiencia, por lo que es factible emplearlos como instrumentos para brindar educación y por ende formar individuos más conscientes y críticos.

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

En el presente apartado se explica la metodología empleada para desarrollar el presente proyecto de integración curricular, sin embargo, es importante acentuar que la metodología de investigación es el proceso sistematizado y lógico en conjunto con las técnicas y procedimientos ayudan a obtener información organizada para corroborar determinado fenómeno. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2018).

2.1. Investigación según su propósito

Según el propósito la investigación es aplicada, “por lo que el principal objetivo se basa en resolver problemas prácticos, con un margen de generalización limitado”. Desde el punto de vista teórico el investigador genera información científica (Sampieri, Collado, & Lucio, 2018).

2.1.1. Investigación según la profundidad objeto de estudio

Según la profundidad del objeto de estudio la Investigación es descriptiva, se debe tener en cuenta según (Cruz, González, & Novales, 2018) “la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (pág.102). De acuerdo al enfoque de esta investigación los investigadores exponen las conductas del problema en mención este no afecta al mismo de ninguna forma.

También es exploratoria, porque de acuerdo a lo manifestado por (Lisboa, 2016) esta investigación “va dirigida a formular de una forma más específica un problema de investigación del cual se tiene muy poco conocimiento, permitiendo obtener datos que aporten a precisar de forma más directa cuales son realmente los problemas del estudio” (p.67).

2.1.2. Investigación según los datos que se emplean

Investigación Cuantitativa

Según los datos que emplea la investigación es mixta, es decir cuanti-cualitativa. “La investigación cuantitativa permite analizar datos obtenidos, mediante un proceso estructurado con el uso de herramientas tecnológicas que permiten generar resultados estadísticos y matemáticos de forma más eficiente” (Cruz, González, & Novales, 2018). Este

tipo de investigación le brinda al investigador la obtención de datos numéricos los cuales surgen en base al análisis estadístico de las encuestas, estas son elementos claves a la hora de establecer las conclusiones, las cuales parte del contexto general a lo específico.

Se explica también que la investigación es cualitativa, puesto que, no se realiza análisis numérico y está basado en un análisis de información es decir en sí de la experiencia adquirida por las autoras en la práctica educativa, y se llega a conclusiones relacionando los diversos criterios entre los autores de la presente investigación y los autores que fueron referentes en cuanto al marco teórico.

2.1.3. Investigación según la manipulación de variables

Según la manipulación de las variables la investigación es no experimental, acorde a lo mencionado por (Cruz, González, & Novales, 2018) “se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador, es decir; sin que el investigador altere el objeto de investigación” (p.45). Se recalca que en este tipo de investigación se analiza el problema en su estado natural para emitir postulados según las variaciones que se den en el transcurso de la misma.

2.1.4. Investigación según la inferencia

Investigación bibliográfica (deductiva)

Según el nivel de inferencia la investigación es bibliográfica deductiva, esta radica en la búsqueda de información científica sobre tema en estudio para conocer las variaciones en otras investigaciones. “La búsqueda, recopilación, organización, valoración, crítica e información bibliográfica sobre un tema específico tiene un valor, pues evita la dispersión de publicaciones o permite la visión panorámica de un problema” (Sampieri, Collado, & Lucio, 2018, pág. 78).

2.1.5. Investigación según la temporalidad

Investigación transversal

Según la temporalidad la investigación es transversal, aquí se comparan las características de diferentes sujetos en un momento específico. Se usa en psicología del desarrollo, las ciencias sociales y la educación (Sampieri, Collado, & Lucio, 2018).

2.2. Métodos de investigación

Velasco y Velasco (2016) enfatiza que “los métodos de investigación establecieron un direccionamiento para el logro de conocimiento aportando al cumplimiento de los objetivos de la presente investigación, ayudando de una forma sistemática al ordenamiento de ideas” (p.101). Los métodos claves de esta investigación fueron el teórico, deductivo y estadístico.

2.2.1. Métodos Teóricos

Por medio de este método el investigador descubre las particularidades más intrínsecas del fenómeno en estudio se puede decir también que este método está sustentado por el proceso análisis crítico y la inferencia.

En base a los expuesto por (Burgos, Márquez, & Baquerizo, 2019) este método “se nutre de las fuentes del conocimiento a través del razonamiento deductivo o del inductivo y se operación con el uso del método, los griegos hicieron la primera contribución al desarrollo del método para descubrir la verdad” (pág. 74).

2.2.2. Método deductivo

El presente método brinda la oportunidad de concretar y emitir conclusiones relacionando los resultados obtenidos, de ahí nace la deducción.

2.2.3. Métodos estadísticos matemáticos

Por medio de este método se maneja la información recabada y a través de la matemática y de la estadística se exponen los datos números encontrados en la recolección de la información.

2.3. Técnicas e Instrumentos de investigación

Como menciona Sampieri, Collado y Lucio (2018) los instrumentos son los recursos esenciales que ayudan al investigador a levantar información, estos poseen aspectos que los caracterizan los cuales son el contenido y forma, en relación al contenido aquí se expresan las particularidades de los datos que se necesitan alcanzar, el cual se manifiesta por medio de ítems o preguntas que son las dimensiones o elementos observados. Se acentúa que los principales instrumentos de evaluación conocidos son: la ficha de observación, el cuaderno de notas, el diario de campo, el cuestionario, la entrevista.

Los instrumentos de investigación son los recursos que el investigador puede utilizar para abordar problemas y fenómenos y extraer información de ellos: formularios en

papel, dispositivos mecánicos y electrónicos que se utilizan para recoger datos o información sobre un problema o fenómeno determinado. Cuestionario, termómetro, escalas, ecogramas. (p.200)

Mientras que las técnicas vienen a ser “un conjunto de mecanismos, medios y sistemas de dirigir, recolectar, conservar, reelaborar y transmitir los datos, es también un sistema de principios y normas que auxilian para aplicar los métodos, pero realizan un valor distinto” lo explican Sampieri, Collado y Lucio (2018).

Se explica también que todo instrumento que recopila información, debe poseer tres dimensiones claves para que este sea considerado válido y oportuno de aplicar, estas dimensiones son, la objetividad, confiabilidad y validez, si el instrumento carece de alguna de las tres, pierde su valor como tal. La objetividad hace referencia a que se debe estandarizar la forma de aplicar y de evaluar los resultados, mientras que la confiabilidad no es más que la efectividad y la obtención de resultados similares provocados por la aplicación de dicho instrumento, y finalmente la validez es aquel grado o índice que determinado instrumento mide en cuestión de variables.

Para la presente investigación se prevé emplear dos instrumentos los cuales son, la encuesta y entrevista para recabar la información necesaria la cual se encuentra ligada con el análisis del tipo y nivel que les dan los docentes a los medios de comunicación tradicionales y digitales como herramientas educacionales complementarias para la formación de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Unemi.

2.3.1. Entrevista

Acorde a lo expuesto por Sampieri, Collado, y Lucio (2018) “la entrevista en la investigación cualitativa es una técnica para la recolección de información y datos, la cual es realizada a partir de una conversación cuyas orientaciones responden a propósitos concretos del estudio” (p.321). Otra de las importantes definiciones es la de Abarca, Alpízar, Sibaja y Rojas (2018), quienes establecen que “es posible entender la técnica de la entrevista como: el procedimiento de recolección de información basado en una interacción entre dos personas o más, a través de la conversación como herramienta principal” (p. 100).

Es preciso recalcar que para obtener información sustancial se empleará la entrevista a expertos y profesionales que sustentan la educacionalización como herramienta educativa,

con la finalidad de entender el problema al cual se le busca alternativas para mejorar, es por lo que este instrumento recopilará información específica para posteriormente conocer al detalle la opinión de estos importantes profesionales.

2.3.2. Encuesta

La encuesta es una técnica empleada con mayor frecuencia puesto que su efectividad es inmediata, es decir, se recopila información variada en tiempo corto, es económico implementarla y no requiere de tecnologías avanzadas. Según González, Alvarado y Marín (2017) la encuesta “es una búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados” (p.27).

La encuesta se realizará a estudiantes y docentes de la carrera de Comunicación Social de la Unemi, para conocer datos concretos y fidedignos en relación a la problemática mencionada, es decir, se prevé conocer qué tipo de medios digitales y tradicionales emplean los docentes para su formación complementaria.

2.4. Definición de los participantes

Los participantes de la presente investigación son todos los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Unemi del cantón Milagro, para analizar el tipo y nivel de uso de los medios de comunicación tradicionales y digitales como herramientas educomunicativas complementarias.

2.5. Población

Acorde a lo expuesto por Sampieri, Collado, y Lucio (2018) la población es el total de individuos o cosas que son parte de un estudio o fenómeno, es decir, es el conjunto de unidades que deben ser cuantificadas para establecer las características de las mismas.

Para la presente investigación la población analizada son los 14 docentes y 220 estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Unemi los que actualmente se encuentran matriculados y prestando sus servicios docentes, puesto que son aquellos los protagonistas de la problemática que se está analizando.

2.6. Muestra

Acorde a lo manifestado por (González J. , 2020) se conoce que la muestra “es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación” (pág. 74). Para obtener la muestra se aplicó los siguientes parámetros.

Tabla 1 *Abreviaturas de fórmula para población finita.*

n	tamaño de la muestra
N	tamaño de la población.
p	Posibilidad de ocurrencia de un evento.
q	posibilidad de no ocurrencia de un evento.
E	error máximo, se puede considerar máximo hasta el 6%
Z	nivel de confianza

Elaborado por los autores.

Aplicación de la fórmula de la muestra:

Tabla 2 *Fórmula de la muestra de estudiantes*

POBLACION	N	220
ERROR	E	0,05
CONFIANZA	Z	1,96
P. ACIERTO	P	0,31
P. FALLA	Q	0,70
MUESTRA	n	130
CONFIANZA		
90%	1,645	
95%	1,96	
99%	2,575	

Elaborado por los autores.

Según la cantidad que emite la calculadora de muestras, esta asciende a 130 estudiantes, a los cuales se les aplicó el instrumento de entrevista, mientras que los docentes son en cantidad de 14 se los considera como muestra total para el estudio. Los expertos en el ámbito de la educomunicación son 2, al ser una población pequeña, se los incluye a todos en el análisis respectivo.

2.7. Cuadro de variables

Tabla 3 Cuadro de Variables

Variable	Técnica de recolección	Población
Estudiantes de comunicación social.	Encuesta	130
Docentes de la carrera de comunicación social.	Encuesta	14
Expertos en educomunicación	Entrevista	2

Elaborado por autoras.

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS (ANÁLISIS O PROPUESTA)

Los medios de comunicación y la educomunicación desde la perspectiva de expertos entrevistados.

En relación al criterio de expertos que fueron entrevistados y evaluaron la destacada temática abordada en la presente investigación se acentúa que la educomunicación es importante en el contexto actual porque posee funciones transversales y al ser una forma de educación emplea los medios de comunicación variados que existen en el contexto ecuatoriano, por lo que Franco (2022), destaca que:

La educomunicación es una forma de educación que emplea los medios de comunicación que pueden ser los varios, pueden ser medio escritos, pueden ser medios radiales, medios televisivos, o lo que se está usando más en el momento bien sea es la transmedialidad la multimedialidad para poder dar todas las facilidades posibles, a quién reciba la educación, a quién reciba esta educomunicación y que pueda ser realmente aprovechada en cualquier momento del proceso educativo, la importancia es de que debemos de considerar de que el mundo se mueve de diferentes formas en este momento ya no es fundamental el mantener una presencialidad porque esta conlleva inmovilidad (Entrevista personal).

No obstante, también existe la contraparte la cual trae consigo una gran interrogante y es ¿Hasta qué punto los medios de comunicación están dispuestos a participar en el problema educacional en el país?, entonces se expone que este mecanismo de educación está recién en proceso de implementación y cobro fuerza a partir de la pandemia en el año 2020, Según Franco (2022):

Hasta antes de eso la educomunicación estaba considerada como una opción, pero no era una opción vital, a partir del año 2020 la educomunicación, la educación por medios, o la educación utilizando medios de comunicación se volvió realmente imprescindible al punto que se llegó un momento a tener hasta un 100% de educación mediante la utilización de medios especialmente la educación en línea para los estudiantes de todos los niveles primarios, secundarios y universitario (Entrevista personal).

En este sentido la educomunicación podría mejorar los ambientes educativos en donde se desarrolle un proceso de enseñanza y aprendizaje significativo y natural para los jóvenes universitarios, Franco (2022) recalca que este proceso puede plasmarse:

Siempre y cuando la educomunicación sea entendida, comprendida y aceptada por los profesores esto es de que el dar, el repartir, hay que considerar que el primer lugar el conocimiento está y existe, una persona sin necesidad de un profesor puede encontrar todo el conocimiento que requiera para poder pasar los estándares que la educación exige, si usted quiere puede investigar en cualquier parte, en diferentes medios, etc el conocimiento está, lo importante es que el profesor pueda concatenar esos conocimientos de una manera amigable, y a su vez generar un proceso de menos a más para que el educando pueda recibir ese conocimiento. (Entrevista personal)

En dicho proceso el rol del docente no es el de entregar el conocimiento, en ocasiones podrían darse incluso circunstancias que el profesor llegué a saber menos que el alumno, pero si el profesor tiene la didáctica para poder ir procesando ese conocimiento y entregándoselo en las medidas oportunas al estudiante para que los clientes puedan generar el proceso de utilización del conocimiento, por lo que Franco (2022) puntualiza que:

En el caso de la educomunicación el profesor tiene que generar los ambientes en los cuales el estudiante pueda recibir esa comunicación educativa y pueda procesarla, sin ser atosigado y sin ser sobrepasado por la cantidad de materia, no se trata de que el estudio sea abrumador sino de que el estudio sea una guía para que el estudiante al final del día en el proceso de aplicación del conocimiento pueda generar mayor conocimiento (Entrevista personal).

Otro de los aspectos tratado son los campos de estudio que se deben implicar en el desarrollo de la educomunicación para lo cual Franco (2022), recalca:

Todos los campos son aplicables incluso los campos de la educación médica que se requiere la práctica, pienso de qué es la entrega de la enseñanza a través de la comunicación en medios puede ser entregada en todo los campos, la parte de la práctica puede ser una parte adicional o una segunda parte de la enseñanza en ciertos procesos de la ciencia como le dije por ejemplo en el caso de la medicina, en el caso de la

construcción puede ser una segunda parte, algunos casos, en el caso de la práctica legal puede ser una segunda parte de la enseñanza ya in situ, (Entrevista personal).

En concordancia, toda materia que requiera práctica puede insertarse la educomunicación, el problema es las maneras de utilizar la comunicación para enseñar, por lo que los profesores tienen que empezar por aprender para poder enseñar en este proceso comunicacional, así como también obtener las herramientas en el proceso educacional para poder transmitir el conocimiento, para poder transmitir las herramientas que el estudiante necesita, para poder perfeccionar ese conocimiento, buscar ese conocimiento y aplicar ese conocimiento.

Dentro de la meta principal de la educación y de la comunicación en el nuevo contexto que se vive Franco (2022) concreta que:

Serían dos metas distintas, la meta de la educación sería la de formar a las personas con el objeto de que practiquen una disciplina científica que les pueda llevar a generar comodidades a través de un trabajo o a través de la realización de una labor y poder llegar a sostenerse en la vida y a poder generar los ingresos necesarios para la persona y su familia, podríamos buscar una meta paralela o aparte al decir de que la comunicación persigue como fin último o la meta principal de la comunicación es poder entregar a la mayor cantidad de personas contenidos de diferente tipo de información (Entrevista personal).

En efecto la información mencionada puede ser información periodística, científica, investigativa, por lo que la educación y la comunicación tienen un nexo transversal, entonces se concluye que la educomunicación tiene como meta principal la formación y la creación de vínculos comunicacionales entre iguales y a su vez entre los estudiantes y los formadores.

Por otro lado, es fundamental que los medios de comunicación entiendan que no solamente deben obtener público lector, público televidentes o público radioescucha con el objeto de poder vender publicidad, su labor es aparte de entregar la información y la noticia ese es el motivo principal de su existencia, Franco (2022) alude que:

Los medios de comunicación tienen que empezar por entender de que ellos son medios de comunicación formadores cuando el niño ve la pantalla de la televisión o escucha la radio mientras la mamá hace las cosas o el papá hace las cosas ese niño se está formando, se está educando, entonces los contenidos radiales, los contenidos televisivos, y los contenidos de la prensa escrita deben de ser formadores, los medios de comunicación tienen que formar parte del proceso de enseñanza, del proceso de culturización del país que de aquí de donde se extraen los valores formativos para las personas en el proceso de vida (Entrevista personal).

No obstante, para lograr procesos educomunicativo con impacto, las instituciones educativas universitarias tienen que pensar en la generación de medios de comunicación que no necesariamente tienen que ser medios de comunicación como un canal o como una radio o como un periódico, en este momento el internet permite la existencia de páginas en donde el medio de comunicación, en donde el medio educativo puede experimentar y generar radio virtuales, canales de televisión virtuales, o la utilización de páginas de internet en las que se incluyan contenidos que van a funcionar en redes. Según Franco (2022) es posible:

A través de las diferentes redes sociales se debe generar contenidos llamativos para los estudiantes, pero esto aquí no es de la noche a la mañana necesitan crear, necesitan formar creadores de contenidos educativos, en producción, en diseño gráfico, en guiones, etc, entonces si vamos a querer que las instituciones universitarias generen contenidos de interés, generen contenidos culturales, educativos, primero tenemos que aprender a hacerlos (Entrevista personal). (Ver Anexo 1)

Maruri (2022) por su parte infiere que la educomunicación trasciende porque la televisión educa, aunque el productor no lo quiera, educa para bien y para mal; la televisión de muchas formas es un espejo de la sociedad, y como tal también influye en las dinámicas sociales. Los que dirigimos y producimos contenidos audiovisuales, tenemos la opción de ser un buen espejo de la sociedad o uno muy malo.

Por otro lado, sabemos que la educación es la mejor herramienta para contribuir al desarrollo de las naciones. Sabemos también que la mayoría de los sistemas educativos conservan un modelo que ha dejado de ser eficaz para las necesidades de la sociedad, especialmente de niños, niñas y adolescentes. Los contenidos han dejado de ser interesantes o importantes, menos aún útiles. Hace falta refundar y repensar los

modelos educativos. Una de las alternativas que tenemos es el uso de medios audiovisuales, especialmente los digitales (Entrevista personal).

La educomunicación podría mejorar los ambientes educativos en donde se desarrolle un proceso de enseñanza y aprendizaje significativo y natural para los jóvenes universitarios, por lo tanto, Maruri (2022) recomienda:

Observar <https://www.aprendoencasa.org/>, una de las muchas plataformas que han ofrecido recursos educativos digitales de todo tipo para enriquecer los procesos de enseñanza. Como toda crisis, ésta también se ha convertido en una oportunidad para repensar la educación en instituciones educativas y en universidades (Entrevista personal).

Mientras que los campos de estudio que se deben implicar en el desarrollo de la educomunicación van a depender del enfoque, las diversas ramas de la Pedagogía, Comunicación (o periodismo) y en determinados momentos para los productos comunicacionales pudiesen ser literatura y realización audiovisual. Los docentes también deberían formarse o tener media training para poder dirigirse con nuevos tonos y carismas, utilizando bien las tecnologías.

Según el aporte de Maruri (2022) la meta principal de la educación y de la comunicación en el nuevo contexto que vivimos se debe basar en:

Los currículos y los pensum académicas deben contemplar escenarios variados: presenciales, virtuales o híbridos. Las narrativas audiovisuales pueden contribuir mucho para ofrecer contenidos de calidad y para lograr aprendizajes significativos. Las narrativas audiovisuales y contenidos educomunicacionales tienen muchas herramientas para conectarse con los estudiantes. El objetivo debe ser utilizar otras narrativas (el *story telling*) para transmitir contenidos educativos en estos nuevos formatos (Entrevista personal).

Sin embargo, los medios de comunicación masivos deben ser conscientes de que sus contenidos y mensajes terminan educando. Sin circunscribirnos a los medios tradicionales (TV y Radio) sino a esos mismos o los medios digitales, que utilizan otras tecnologías para llegar a la audiencia. Todos son responsables del resultado educativo que alcanzan las audiencias. Ningún actor de la sociedad puede eludir su responsabilidad social.

Finalmente, Maruri (2022) sostiene que para desarrollar procesos educomunicativos con impacto las instituciones educativas universitarias requieren plasmar alternativas mediante los laboratorios para lograr innovación.

Es de las Universidades de donde salen las nuevas propuestas, porque están acostumbradas a pensar en propuestas. Pero deben estar inmersas en redes entre ellas o de especialistas, para acelerar el conocimiento, acceder u optimizar esos nuevos recursos. Aprendo en casa y la Fundación Re-imagina, entre otros muchos espacios pueden ser contrapartes de los procesos creativos de las universidades (Entrevista personal).

Debido a los avances tecnológicos y a la cada vez mayor accesibilidad a recursos, que son versátiles y económicos. Hoy, cualquier universidad tiene acceso a la tecnología y los espacios para experimentar en estas formas de educación. Existen exitosos productos y proyectos educomunicativos que han sido realizados por maestros o estudiantes, realizados totalmente con un iPhone (u otro dispositivo inteligente).

Hace 30 años la producción audiovisual y los productos educomunicacionales eran privilegio de pocos con la posibilidad de comprar equipos con valores superiores a los 50 mil dólares, hoy en día con una computadora y cámaras de mucho menor costo se lograr productos con altísima calidad. Es el momento para crear y para recibir aportes de las facultades (Ver Anexo 2).

Análisis de Encuesta a docentes

Acorde a los datos obtenidos mediante la aplicación de las encuestas a docentes de la carrera de Comunicación Social, se pudo conocer que dentro de lo que concierne el conocimiento de los educadores en relación al conocimiento sobre el término “Herramientas Educomunicativas” el 28.57% acentúa que tiene pleno conocimiento, mientras que el 50% destaca que tiene referencia sobre la terminología y finalmente un 21.43% enfatiza que más o menos, contexto que deja entrever que en mayor proporción los educadores saben sobre la educomunicación como herramienta.

Tabla 4 *Pregunta 1*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente	4	28,6	28,6	28,6
Tengo Referencia	7	50,0	50,0	78,6
Mas o menos	3	21,4	21,4	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Spss

En cuanto a la aplicación de estrategias educomunicativas en las clases se conoció que en el 7,14% siempre aplica, el 57,14% lo hace casi siempre y el 35,71% a veces, por lo que se puede acentuar que las estrategias educomunicativas son empleadas, pero no como debería serlo, puesto que estas estrategias son vitales en el proceso educativo.

Tabla 5 *Pregunta 2.*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	1	7,1	7,1	7,1
Casi Siempre	8	57,1	57,1	64,3
A veces	5	35,7	35,7	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Spss

Adicional se conoció que las herramientas educomunicativas más empleadas por los docentes de la carrera de Comunicación social son la radio escolar en un 21,43% estrategias audiovisuales en un 78,57%, es decir, son los más empleados con mayor frecuencia en el proceso de enseñanza aprendizaje de los jóvenes universitarios.

Tabla 6 Pregunta 3

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Radio Escolar	3	21,4	21,4	21,4
Audiovisual	11	78,6	78,6	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Spss

Según la información clave recopilada se conoció también que los docentes en un 14,29% siempre emplean medios de comunicación digitales en la enseñanza complementaria, mientras que 64,29% lo emplean casi siempre y 21,43 lo aplica a veces, situación que da a entender que este recurso educativo no está siendo empleado en su totalidad, situación que impide conocer todos los beneficios que estos recursos traen al proceso de enseñanza.

Tabla 7 Pregunta 4

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	2	14,3	14,3	14,3
Casi Siempre	9	64,3	64,3	78,6
A veces	3	21,4	21,4	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Spss

En cuanto a la utilización de los medios de comunicación tradicionales en la enseñanza complementaria, se pudo establecer mediante el instrumento aplicado que el 50% de docentes lo emplean regularmente, un 28,57% a veces, y el 21,43% muy poco, es decir, los medios de comunicación no están siendo empleados óptimamente, siendo recursos eficaces para mejorar la calidad de la educación.

Tabla 8 Pregunta 5

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regularmente	7	50,0	50,0	50,0
A veces	4	28,6	28,6	78,6
Muy poco	3	21,4	21,4	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Spss

Entre los medios de comunicación tradicionales que los docentes emplean como herramientas educomunicativas se conoció lo siguiente, 28,57% prensa, 35,71% radio, 28,57% televisión, 7,14% cine, por lo que se deduce que los medios de comunicación si son empleados, pero no en su totalidad en el ámbito educativo.

Tabla 9 *Pregunta 6*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Prensa	4	28,6	28,6	28,6
Radio	5	35,7	35,7	64,3
Televisión	4	28,6	28,6	92,9
Cine	1	7,1	7,1	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Spss

Los medios de comunicación digitales que mayormente son empleados por los docentes son 50% redes sociales, 42,86 audiovisual, 7,14% periódico digital, cabe destacar que las redes sociales es uno de los medios que mayor impacto ha cobrado actualmente, por lo que, serían una adecuada herramienta en la enseñanza complementaria.

Tabla 10 *Pregunta 7*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Audiovisual	6	42,9	42,9	42,9
Redes sociales	7	50,0	50,0	92,9
Periódico Digital	1	7,1	7,1	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Spss

Según el criterio de los docentes se pudo conocer en mayor instancia que es importante la enseñanza a través de los medios como herramienta complementaria el 42,86% manifestó que siempre es importante, otro 42,86% es casi siempre importante y finalmente el 14,29 acentúa que a veces es importante, por lo que se considera que el cuerpo docente de la carrera se encuentra consciente de la importancia de estos medios en el contexto educativo.

Tabla 11 *Pregunta 8*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	6	42,9	42,9	42,9
Casi Siempre	6	42,9	42,9	85,7
A veces	2	14,3	14,3	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Spss

Se conoció también la frecuencia que los docentes emplean los medios de comunicación tradicionales, el 14,29% sostuvo que lo emplea todos los días, el 28,57 dos o tres veces por semana, el 42,86% lo hace a veces y el 14,29% casi nunca, siendo una situación que debería ser corregida debido a que los medios de comunicación tienen muchos beneficios que ofrecer a la comunidad educativa.

Tabla 12 *Pregunta 9*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Todos los días	2	14,3	14,3	14,3
Dos o tres veces por semana	4	28,6	28,6	42,9
A veces	6	42,9	42,9	85,7
Casi Nunca	2	14,3	14,3	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Spss

En cuanto a la frecuencia del uso de los medios de comunicación digitales acorde a la gráfica se puede recalcar que, en el 42,86% de docentes lo emplean con frecuencia de todos los días, mientras que el 21,43% dos o tres veces por semana y finalmente el 35,71% sostuvo que a veces emplean medios de comunicación tradicionales, es decir, los docentes emplean en mayores instancias los medios digitales a diferencia de los tradicionales.

Tabla 13 Pregunta 10

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Todos los días	6	42,9	42,9	42,9
Dos o tres veces por semana	3	21,4	21,4	64,3
A veces	5	35,7	35,7	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Spss

Según la información obtenida se enfatiza que el 35,71% de docentes crea contenido audiovisual propio, el 57,14% a veces lo realiza y el 7,14% lo realiza a veces, por lo que se puede decir que en este ámbito no existe el interés como tal en la producción de contenido propio, siendo la carrera de comunicación social una de las que amerita la enseñanza constante mediante contenido audiovisual.

Tabla 14 Pregunta 11

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Siempre	5	35,7	35,7	35,7
A veces	8	57,1	57,1	92,9
Casi Nunca	1	7,1	7,1	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Spss

Según los datos obtenidos el 35.71% de docentes encuestados manifiesta estar muy interesado en conocer a profundidad estrategias que impliquen el uso de herramientas Educomunicativas para la enseñanza aprendizaje, el 42.86% se mostró estar interesado y el 21.43% acentúa no estar seguro, se evidencia que existe un alto interés en profundizar los conocimientos sobre estas importantes estrategias.

Tabla 15 Pregunta 12

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Estoy muy interesado	5	35,7	35,7	35,7
Me interesa	6	42,9	42,9	78,6
No estoy seguro	3	21,4	21,4	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Spss

En relación a la implementación de la enseñanza a través de los medios de comunicación en la Unemi, los docentes acentúan estar de acuerdo totalmente en un 21.43%, el 57.14% de acuerdo, el 14.29% no está seguro y el 7.14% indica que no es necesario, si la institución decide implementar los medios de comunicación tradicionales como herramientas Edu comunicativas, los docentes brindaría en su respaldo.

Tabla 16 *Pregunta 13*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente	3	21,4	21,4	21,4
De acuerdo	8	57,1	57,1	78,6
No estoy seguro	2	14,3	14,3	92,9
No es necesario	1	7,1	7,1	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Spss

A diferencia del criterio anterior, se conoció que, si se llegase a dar la implementación de la enseñanza a través de los medios digitales, el 50% de docentes indica Estar totalmente de acuerdo, el 42.86% está de acuerdo y el 7.14% asegura no estar seguro, siendo los medios digitales uno de los más opcionadas en relación a los medios de comunicación tradicionales.

Tabla 17 *Pregunta 14*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente	7	50,0	50,0	50,0
De acuerdo	6	42,9	42,9	92,9
No estoy seguro	1	7,1	7,1	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Fuente: Spss

Análisis de Encuesta a estudiantes

Los estudiantes que participaron en la presente investigación son los correspondientes a la carrera de comunicación social, cabe destacar que el aporte brindado es del segundo semestre en un 20.45%, de tercer semestre 1.52%, de cuarto semestre el 0.76%, de quinto semestre el 17.42%, sexto 1.52%, de séptimo semestre el 48.48% finalmente los estudiantes de octavo con un 9.85%.

Tabla 18 *Pregunta 1*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SEGUNDO	27	20,3	20,5	20,5
TERCERO	2	1,5	1,5	22,0
CUARTO	1	,8	,8	22,7
QUINTO	23	17,3	17,4	40,2
SEXTO	2	1,5	1,5	41,7
SEPTIMO	64	48,1	48,5	90,2
OCTAVO	13	9,8	9,8	100,0
Total	132	100,0	100,0	

Fuente: Spss

De acuerdo al sexo de los encuestados es 32.58 fueron masculinos y el 67.42% femenino recalcando que en mayor medida la población participante eran mujeres.

Tabla 19 *Pregunta 2*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
MASCULINO	43	32,3	32,6	32,6
FEMENINO	89	66,9	67,4	100,0
Total	132	100,0	100,0	

Fuente: Spss

Según el conocimiento que tienen los estudiantes sobre la herramienta Edu comunicativas se pudo conocer en efecto qué es 20.45% tiene totalmente conocimiento, el 26.52% tiene referencia, el 32, 58% conoce más o menos, el 12.12% conoce poco y el 8.33% no conoce sobre el término herramientas Educomunicativas, destacándose por la información obtenida que no existe un alto conocimiento sobre este tipo de herramientas.

Tabla 20 Pregunta 4

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente	27	20,3	20,5	20,5
Tengo referencia	35	26,3	26,5	47,0
Más o menos	43	32,3	32,6	79,5
Conozco poco	16	12,0	12,1	91,7
No conozco	11	8,3	8,3	100,0
Total	132	100,0	100,0	

Fuente: Spss

En relación al consumo de los medios tradicionales los estudiantes sostuvieron que en un 21.97% lo consume siempre, el 28.03% casi siempre, el 37.88% a veces, el 9.85% casi nunca y el 2.27% nunca consume medios de comunicación tradicionales, siendo un contexto desalentador puesto que, al ser la carrera de comunicación social, los medios de comunicación deberían ser herramientas imprescindibles en su diario vivir.

Tabla 21 Pregunta 6

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	29	21,8	22,0	22,0
Casi Siempre	37	27,8	28,0	50,0
A veces	50	37,6	37,9	87,9
Casi Nunca	13	9,8	9,8	97,7
Nunca	3	2,3	2,3	100,0
Total	132	100,0	100,0	

Fuente: Spss

En relación al consumo de los medios de comunicación digitales se conoció que el 62.12% lo consume siempre, el 31.82% casi siempre por lo que se puede deducir que mayor impacto tienen los medios de comunicación digitales a diferencia de los tradicionales puesto que así lo demuestran las estadísticas.

Tabla 22 Pregunta 7

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	82	61,7	62,1	62,1
Casi Siempre	42	31,6	31,8	93,9
A veces	7	5,3	5,3	99,2
Casi Nunca	1	,8	,8	100,0
Total	132	100,0	100,0	

Fuente: Spss

De los medios de comunicación tradicionales que los estudiantes de la carrera de comunicación social emplean es la televisión en un 59.09%, seguido de 12.88% con la opción otros y en la radio en un porcentaje de 8.33%, siendo la televisión el medio más empleado de concurrido por estudiantes.

Tabla 23 *Pregunta 8*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Radio	11	8,3	8,3	8,3
Televisión	78	58,6	59,1	67,4
Prensa escrita	7	5,3	5,3	72,7
Ninguno	7	5,3	5,3	78,0
Otro	17	12,8	12,9	90,9
Tv por Cable	12	9,0	9,1	100,0
Total	132	100,0	100,0	

Fuente: Spss

Mientras que de los medios digitales que más consumen se obtuvo como respuesta en mayor instancia las redes sociales en un 53.03%, seguido de las páginas web con un 25%, y finalmente los Videos en un 21.97%, como se mencionaba anteriormente, las redes sociales tienen un auge significativo hoy en día.

Tabla 24 *Pregunta 9*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Videos	29	21,8	22,0	22,0
Páginas Web	33	24,8	25,0	47,0
Redes sociales	70	52,6	53,0	100,0
Total	132	100,0	100,0	

Fuente: Spss

De acuerdo a la información obtenida los estudiantes emplean los medios de comunicación como herramientas educomunicativas en el proceso de enseñanza aprendizaje siempre en un 29,55%, el 49,24% casi siempre y el 18,94% a veces, situación que debería tomarse en consideración importante.

Tabla 25 Pregunta 10

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	39	29,3	29,5	29,5
Casi Siempre	65	48,9	49,2	78,8
A veces	25	18,8	18,9	97,7
Casi Nunca	1	,8	,8	98,5
Nunca	2	1,5	1,5	100,0
Total	132	100,0	100,0	

Fuente: Spss

Los estudiantes en mayor instancia recalcan que los docentes emplearon medios de comunicación tradicional siempre en un 34,85%, casi siempre 28,79%, a veces 20,45%, 9,09% casi nunca, evidenciándose un uso bastante limitado en relación a los medios tradicionales.

Tabla 26 Pregunta 11

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	46	34,6	34,8	34,8
Casi Siempre	38	28,6	28,8	63,6
A veces	27	20,3	20,5	84,1
Casi Nunca	12	9,0	9,1	93,2
Nunca	9	6,8	6,8	100,0
Total	132	100,0	100,0	

Fuente: Spss

En contraste con la información ya detallada, se conoció que los estudiantes consideran 47,73% altamente importante emplear los medios de comunicación como herramientas de aprendizaje, 37,12% muy importante y el 15,15%, datos que difieren de los anteriores puesto que los estudiantes no los usan actualmente, pero si consideran elemental usarlos en el proceso educativo.

Tabla 27 *Pregunta 12*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Altamente importante	63	47,4	47,7	47,7
Muy importante	49	36,8	37,1	84,8
Importante	20	15,0	15,2	100,0
Total	132	100,0	100,0	

CONCLUSIONES

Según el instrumento aplicado se pudo conocer que los tipos de medios de comunicación tradicionales que utilizan los docentes de la carrera de Comunicación Social de la Unemi como herramientas educomunicativas es la prensa y como medio de comunicación digitales las redes sociales.

Los tipos y nivel de uso que le dan los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Unemi a los medios de comunicación tradicionales y digitales como herramientas educomunicativas complementaria en su formación es tendiente a bajo, puesto que, los medios de comunicación tradicionales son empleados con menor frecuencia que los medios de comunicación digitales.

Según la opinión de expertos medios de comunicación tradicionales y digitales influyen como herramientas educomunicativas en la formación de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Unemi, puesto que en la educomunicación el profesor tiene que generar los ambientes en los cuales el estudiante pueda recibir esa comunicación educativa y pueda procesarla, sin ser atosigado y sin ser sobrepasado por la cantidad de materia, no se trata de que el estudio sea abrumador sino de que el estudio sea una guía para que el estudiante al final del día en el proceso de aplicación del conocimiento pueda generar mayor conocimiento

RECOMENDACIONES

Se recomienda a los docentes de la carrera de comunicación social, de la Unemi, implementar medios de comunicación tradicionales y digitales como herramientas educomunicativas puesto que estas brindan un mayor alcance en cuanto a conocimientos puesto que prevén generar nuevas experiencias auténticas en relación a la comunicación, donde los saberes no son impuestos por el docente sino más bien estos son generados y sistematizados por los educandos.

Se recomienda también a los estudiantes, no solo implementar herramientas educomunicativas, se requiere de su uso constante para lograr aprendizajes autónomos, significativos y pertinentes que beneficie a la calidad educativa e innovación de la misma.

A la Universidad Estatal de Milagro, se recomienda la implementación de estrategias educomunicativas como elemento complementario para la enseñanza aprendizaje, sería vital que esta implementación sea generada y que abarque a todas las facultades y carreras, indistintamente su perfil profesional, puesto que, las ventajas y beneficios que dichos instrumentos brindan a la educación son invaluable.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Alarcón, G. R. (2019). “Análisis de los usos y formas de comunicación en la pedagogía y didáctica educacional”. *Tesis de Pregrado; Carrera Comunicación Social.*, 89.
2. Burgos, N. D., Márquez, F. A., & Baquerizo, G. E. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. *Conrado vol.15 no.70 Cienfuegos*, 89.
3. Caiza, R. S. (2021). La educación para personas de escasos recursos y grupos vulnerables. Una mirada desde el Ecuador. *Conrado vol.17 no.82 Cienfuegos* , 34.
4. Castrillón, G. A. (2019). Sistematización del proceso de análisis y selección de los componentes relativos al discurso y lenguaje del programa 'Aprendamos a vivir' para la edición seis del proyecto Aprendamos en Guayaquil-Ecuador en el 2018. *Tesis de Pregrado; Universidad Casa Grande.*
5. Cattaán, V., & Rodas, B. (2016). El Programa EDUCA como un nuevo escenario comunicativo de aprendizaje de la formación de valores. *Universidad Politécnica Salesiana.*
6. Coslado, Á. B. (2018). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de Educación, vol. 10, núm. 14*, 36.
7. Cruz, J. N., González, H. M., & Novales, G. M. (2018). Estudios experimentales: diseños de investigación . *Rev. alerg. Méx. vol.65 no.2* , 41.
8. García, R., González, V., & Aguadeo, I. (2017). La competencia mediática como reto para la educomunicación: instrumentos de evaluación. *Cuadernos.info, 35,*, 85.
9. González, D., Alvarado, C., & Marín, C. (2017). Diseño y Validación de la Encuesta. . *Rev. Fac. Cienc. Vet. vol.58 no.2* , 56.
10. González, J. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. Perú: Libro electrónico.
11. González, Y. S., García, I. D., & Cápiro, C. B. (2020). La comunicación educativa: su desarrollo en el profesor de secundaria básica. *Varona no.71 La Habana.*
12. Jurado, R. S. (2020). LA EDUCOMUNICACIÓN COMO ESTRATEGIA COMUNICATIVA EN LA RECUPERACIÓN Y PRESERVACIÓN DE LOS SABERES POPULARES Y ANCESTRALES EN NIÑOS DEL CANTÓN SIMÓN BOLÍVAR. *Tesis de Posgrado; Universidad Estatal de Milagro, 1.*
13. Ley Orgánica de Comunicación. (2019). Disposiciones preliminares y definiciones. *Ley Orgánica de Comunicación.*
14. Ley Orgánica de Educación Intercultural. (2015). Registro Oficial Suplemento 417. *Ley Orgánica de Educación Intercultural.*

15. Lisboa, J. C. (2016). Apuntes sobre métodos de investigación. *Medisur vol.14 no.1 Cienfuegos* , 67.
16. Macas, J., Ortiz, C., & González, V. (2019). Análisis de las parrillas de programación de los canales de televisión de Ecuador. *Actas – V Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – V CILCS – Universidad de La Laguna*, 45.
17. Martinez, C. A. (2020). La educomunicación de Don Bosco y la formación de universitarios. *Estudios Pedagógicos XLVI, N° 3: 7-19*, 56.
18. Navarro, I. M., Rubio, L. M., & Moreno, R. P. (2019). La Educomunicación: una ruta imprescindible para enfrentar los desastres naturales. . *ALCANCE Revista Cubana de Información y Comunicación*, 45.
19. Oviedo, M. E. (2017). Análisis de la programación televisiva para el adulto mayor en las parrillas de canales locales de la ciudad de Guayaquil. *Ñawi: arte diseño comunicación*, 45.
20. Panchana, J. C. (2018). Uso de estrategias educomunicacionales en el aula de clases, para un mejor aprendizaje de las estudiantes de la Escuela Fiscal de Niñas “18 de Agosto”, Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena. *Universidad Estatal Península de Santa Elena; Carrera Comunicación Social*.
21. Peña, C. F., & Riaño, J. G. (2019). Estrategia de Educomunicación como metodología de innovación educativa en el programa de Comunicación Social. *Tesis de Pregrado; Universidad Cooperativa de Colombia*, 75.
22. Pérez, F. C., Gómez, Á. H., & Marín-Gutiérrez, I. (2021). La radio educativa como herramienta de alfabetización mediática en contextos de interculturalidad. *Revista de Comunicación*.
23. Pérez, F. C., Gutiérrez, I. M., & Gómez, Á. H. (2021). Educomunicación e interculturalidad a partir de la gestión educativa con la radio. *Universitas no.35* , 36.
24. Pérez, F. C., Gutiérrez, I. M., & Gómez, Á. H. (2021). Educomunicación e interculturalidad a partir de la gestión educativa con la radio. . *Universitas no.35 Cuenca*, 56.
25. Ramírez, R., Villalobos, J., & Lay, N. (2021). Medios de comunicación para la apropiación del conocimiento en instituciones educativas. *Inf. tecnol. vol.32 no.1*.
26. Rosales, A. C., Chavarría, D. C., & Mora, J. A. (2019). Herramientas de comunicación y socialización utilizadas por los estudiantes de cuarto año de la carrera de Informática educativa de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, en el proceso de formación académica durante el I semestre 2019. *Tesis de pregrado; Universidad Autónoma de Nicaragua*, 89.
27. Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2018). *Metodología de la Investigación*. México: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A.

28. Sedano, W. A. (2019). La educación en medios de comunicación. *Tesis Doctoral; Universidad de Los Andes.*, 23.
29. Serna, V. O., Pedreira, M. C., & Guevara, G. G. (2019). Perspectivas Actuales de la Educomunicación Desarrollo de la competencia mediática en el contexto iberoamericano. *UTN.*
30. Soares, I. d. (2018). Caminos de la educomunicación: utopías, confrontaciones, reconocimientos. *Nómadas*, 41.
31. Soler, M. G., Cárdenas, F. A., & Pina, F. H. (2018). Enfoques de enseñanza y enfoques de aprendizaje: perspectivas teóricas promisorias para el desarrollo de investigaciones en educación en ciencias. *Ciênc. Educ., Bauru*, v. 24, n. 4. doi:<https://doi.org/10.1590/1516-731320180040012>
32. Torres, M. J. (2018). La influencia de la televisión en los hábitos de consumo del telespectador. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 27.
33. Velasco, M. d., & Velasco, A. C. (2016). Lo cuantitativo y cualitativo en la investigación. Un apoyo a su enseñanza. *RIDE. Rev. Iberoam. Investig. Desarro.*, 77.

ANEXOS

Anexo 1.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y DERECHO
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

ENTREVISTA A EXPERTOS

Distinguido Colaborador (a):

La presente entrevista tiene como objetivo recabar valiosa información para desarrollar el trabajo de investigación, titulado: "USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES Y DIGITALES COMO HERRAMIENTAS EDUCOMUNICATIVAS COMPLEMENTARIA EN LA FORMACIÓN DE ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN, MODALIDAD PRESENCIAL DE LA UNEMI, EN EL PERÍODO NOVIEMBRE 2021 A MARZO 2022", la misma es de tipo confidencial, solicitamos de usted su importante ayuda respondiendo las siguientes preguntas marcando con una "X" en el casillero de acuerdo a su criterio.

Agradecemos su colaboración

Entrevistado: Enrique Franco Lalama

Entrevistador: Paola Carranza Villalta.

1. ¿Acorde a su experticia, indíquenos por qué es importante la Educomunicación en la actualidad?

Si queremos determinar la importancia de la educomunicación en la actualidad debemos de considerar de que está tiene funciones transversales o que tiene funciones variadas distintas y que todas forman parte del concepto general, así podemos ver de qué la educomunicación es una forma de educación utilizando los medios de comunicación que pueden ser los varios, pueden ser medio escritos, pueden ser medios radiales, medios televisivos, o lo que se está usando más en el momento bien sea es la transmedialidad la multimedialidad para poder dar todas las facilidades posibles, a quién reciba la educación, a quién reciba esta educomunicación y que pueda ser realmente aprovechada en cualquier momento del proceso educativo, la importancia es de que debemos de considerar de que el mundo se mueve de diferentes formas en este momento ya no es fundamental el mantener una presencialidad porque esta conlleva inmovilidad y si el educando es menor puede ser de que esto le causa problemas a sus padres que podrían darse casos en porcentaje muy pequeños pero que van en aumento

cada día más de que los padres tengan que accionar o qué movilizarse continuamente de un sitio a otro entonces si son partícipes de las acciones de la educomunicación pueden recibir educación mediante los medios, ahora viene la segunda parte, hasta qué punto los medios están dispuestos a participar en el problema educacional en el país eso, está recién en proceso de implementación y tuvo fuerza o cobro fuerza a partir del momento que se produjo la pandemia en el año 2020, hasta antes de eso la educomunicación estaba considerada como una opción pero no era una opción vital, a partir del año 2020 la educomunicación, la educación por medios, o la educación utilizando medios de comunicación se volvió realmente imprescindible al punto que se llegó un momento a tener hasta un 100% de educación mediante la utilización de medios especialmente la educación en línea para los estudiantes de todos los niveles primarios, secundarios y universitario.

2. ¿De qué forma la educomunicación podría mejorar los ambientes educativos en donde se desarrolle un proceso de enseñanza y aprendizaje significativo y natural para los jóvenes universitarios?

Siempre y cuando la educomunicación sea entendida, comprendida y aceptada por los profesores esto es de que el dar, el repartir, hay que considerar que el primer lugar el conocimiento está y existe, una persona sin necesidad de un profesor puede encontrar todo el conocimiento que requiera para poder pasar los estándares que la educación exige, si usted quiere puede investigar en cualquier parte, en diferentes medios, etc el conocimiento está, lo importante es que el profesor pueda concatenar esos conocimientos de una manera amigable, y a su vez generar un proceso de menos a más para que el educando pueda recibir ese conocimiento lo pueda procesar y aprenda a aplicar el conocimiento que el profesor le ha ido inculcando cómo y en qué momento recibirlo, esa es la importancia del profesor, la importancia del profesor no es de que te entregue el conocimiento, en ocasiones podrían darse incluso circunstancias que el profesor llegué a saber menos que el alumno pero si el profesor tiene la didáctica para poder ir procesando ese conocimiento y entregándoselo en las medidas oportunas al estudiante para que los clientes puedan generar el proceso de utilización del conocimiento, en el caso de la educomunicación el profesor tiene que generar los ambientes en los cuales el estudiante pueda recibir esa comunicación educativa y pueda procesarla, sin ser atosigado y sin ser sobrepasado por la cantidad de materia, no se trata de que el estudio sea abrumador sino de que el estudio sea una guía para que el

estudiante al final del día en el proceso de aplicación del conocimiento pueda generar mayor conocimiento.

3. ¿Qué campos de estudio usted considera que se deben implicar en el desarrollo de la educomunicación?

Pienso que todos los campos son aplicables incluso los campos de la educación médica que se requiere la práctica, pienso de qué es la entrega de la enseñanza a través de la comunicación en medios puede ser entregada en todo los campos, la parte de la práctica puede ser una parte adicional o una segunda parte de la enseñanza en ciertos procesos de la ciencia como le dije por ejemplo en el caso de la medicina, en el caso de la construcción puede ser una segunda parte, algunos casos, en el caso de la práctica legal puede ser una segunda parte de la enseñanza ya en sí, ya en la presencialidad pero en el proceso básico esencial o en algunos casos no solamente en el proceso básico o esencial sino en todos los momentos de la educación por ser materias sociales por no ser materias que requieren práctica puede ser utilizado en todos los campos la educomunicación el problema es las maneras de utilizar la comunicación para enseñar, los profesores tienen que empezar por aprender ellos como enseñar en este proceso comunicacional, cómo obtener las herramientas en el proceso educacional para poder transmitir el conocimiento, para poder transmitir las herramientas que el estudiante necesita, para poder perfeccionar ese conocimiento, buscar ese conocimiento y aplicar ese conocimiento.

4. ¿Cuál considera usted que sería la meta principal de la educación y de la comunicación en el nuevo contexto que vivimos?

Aparentemente serían dos metas distintas, la meta de la educación sería la de formar a las personas con el objeto de que practiquen una disciplina científica que les pueda llevar a generar comodidades a través de un trabajo o a través de la realización de una labor y poder llegar a sostenerse en la vida y a poder generar los ingresos necesarios para la persona y su familia, podríamos buscar una meta paralela o aparte al decir de que la comunicación persigue como fin último o la meta principal de la comunicación es poder entregar a la mayor cantidad de personas contenidos de diferente tipo de información, puede ser información periodística, puede ser información científica, puede ser investigación investigativa, pero sí podemos ver de qué en un momento dado la educación y la comunicación tienen un nexo transversal, entonces podemos decir de que la educomunicación tiene como meta principal la formación y la creación de

vínculos comunicacionales entre iguales y a su vez entre los estudiantes y los formadores.

5. ¿Hasta qué punto los medios de comunicación masivos deben asumir alguna responsabilidad como elementos socializadores y educadores en el país?

Es fundamental que los medios de comunicación entiendan que no solamente tienen que obtener público lector, público televidentes o público radioescucha con el objeto de poder vender publicidad, los medios de comunicación deben de entender de que su labor es aparte de entregar la información y la noticia, que ese es el motivo principal de su existencia, sino que tienen que entregar educación, no hablemos de la educación en el sentido primero que se nos ocurre, esto es la instrucción de materias educativas de un proceso reglado y normado, no hablemos de la educación como parte del proceso cultural, del proceso social de la sociedad, los medios de comunicación tienen que empezar por entender de que ellos son medios de comunicación formadores cuando el niño ve la pantalla de la televisión o escucha la radio mientras la mamá hace las cosas o el papá hace las cosas ese niño se está formando, se está educando, entonces los contenidos radiales, los contenidos televisivos, y los contenidos de la prensa escrita deben de ser formadores debemos de cuidarlo comunicadores de incluir contenidos que desvíen la estructura mental y el proceso de formación social de las personas en sus diferentes fases, en sus diferentes niveles educativos , y los medios de comunicación tienen que formar parte del proceso de enseñanza, del proceso de culturización del país que de aquí de donde se extraen los valores formativos para las personas en el proceso de vida.

6. ¿Cómo podrían desarrollar procesos educomunicativos con impacto las instituciones educativas universitarias?

Para poder lograr procesos educomunicativo con impacto, las instituciones educativas universitarias primer lugar tienen que pensar en la generación de medios de comunicación que no necesariamente tienen que ser medios de comunicación como un canal o como una radio o como un periódico en este momento el internet permite la existencia de páginas en donde el medio de comunicación, en donde el medio educativo puede experimentar y generar radio virtuales, canales de televisión virtuales, o la utilización de páginas de internet en las que se incluyan contenidos que van a funcionar en redes igualmente a través de las diferentes redes sociales y generar contenidos llamativos para los estudiantes pero esto aquí no es de la noche a la mañana necesitan

crear, necesitan formar creadores de contenidos educativos, en producción, en diseño gráfico, en guiones, etc, entonces si vamos a querer que las instituciones universitarias generen contenidos de interés, generen contenidos culturales, educativos, primero tenemos que aprender a hacerlos, porque en este momento no hay realmente quién genere contenidos que sean atractivos para los estudiantes, para los jóvenes o para quienes están formando, tenemos que aprender básicamente los procesos de construcción, y en este proceso de construcción aprender a diferenciar los contenidos atractivos y de impacto para los estudiantes, pero tenemos que aprender elementos visuales, elementos sonoros, elementos narrativos, que realmente sepamos que generarán la atracción del público que lo escucha o lo ve o lo lee.

Anexo 2.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO FFACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y DERECHO CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

ENTREVISTA A EXPERTOS

Distinguido Colaborador (a):

La presente entrevista tiene como objetivo recabar valiosa información para desarrollar el trabajo de investigación, titulado: "USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES Y DIGITALES COMO HERRAMIENTAS EDUCOMUNICATIVAS COMPLEMENTARIA EN LA FORMACIÓN DE ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN, MODALIDAD PRESENCIAL DE LA UNEMI, EN EL PERÍODO NOVIEMBRE 2021 A MARZO 2022", la misma es de tipo confidencial, solicitamos de usted su importante ayuda respondiendo las siguientes preguntas marcando con una "X" en el casillero de acuerdo a su criterio.

Agradecemos su colaboración

Entrevistada: Lcda. Mónica Maruri Castillo.

Entrevistador: Rosa Fonseca Lucas.

1. ¿Acorde a su experticia, indíquenos por qué es importante la Educomunicación en la actualidad?

La televisión educa, aunque el productor no lo quiera. Educa para bien y para mal. La televisión de muchas formas es un espejo de la sociedad, y como tal también influye en

las dinámicas sociales. Los que dirigimos y producimos contenidos audiovisuales, tenemos la opción de ser un buen espejo de la sociedad o uno muy malo.

Por otro lado, sabemos que la educación es la mejor herramienta para contribuir al desarrollo de las naciones. Sabemos también que la mayoría de los sistemas educativos conservan un modelo que ha dejado de ser eficaz para las necesidades de la sociedad, especialmente de niños, niñas y adolescentes. Los contenidos han dejado de ser interesantes o importantes, menos aún útiles. Hace falta refundar y repensar los modelos educativos. Una de las alternativas que tenemos es el uso de medios audiovisuales, especialmente los digitales. El uso de narrativas audiovisuales y digitales para generar procesos de enseñanza y aprendizaje. Es más, la pandemia de repente enfrentó a docentes y estudiantes alrededor del mundo a usar la tecnología y las narrativas audiovisuales para la enseñanza. Se dieron cuenta que no estaban preparados y que no sabían utilizarlas adecuadamente. Lo primero que hicieron fue reproducir la clase, solo que, frente a una cámara, tomar las mismas lecciones, hacer las mismas exposiciones interminables. Educadores innovadores hablaron de la planificación y la clase invertida en la que el audiovisual es efectivo para generar preguntas, para estimular el análisis, para disparar procesos de aprendizaje.

2. ¿De qué forma la educomunicación podría mejorar los ambientes educativos en donde se desarrolle un proceso de enseñanza y aprendizaje significativo y natural para los jóvenes universitarios?

Lo he explicado en mi respuesta anterior. Recomiendo ver <https://www.aprendoencasa.org/> , una de las muchas plataformas que han ofrecido recursos educativos digitales de todo tipo para enriquecer los procesos de enseñanza. Como toda crisis, ésta también se ha convertido en una oportunidad para repensar la educación en instituciones educativas y en universidades.

3. ¿Qué campos de estudio usted considera que se deben implicar en el desarrollo de la educomunicación?

Dependiendo del enfoque, las diversas ramas de la Pedagogía, Comunicación (o periodismo) y en determinados momentos para los productos comunicacionales pudiesen ser literatura y realización audiovisual. Los docentes también deberían formarse o tener media training para poder dirigirse con nuevos tonos y carismas, utilizando bien las tecnologías.

4. ¿Cuál considera usted que sería la meta principal de la educación y de la comunicación en el nuevo contexto que vivimos?

Los currículos y los pensum académicas deben contemplar escenarios variados: presenciales, virtuales o híbridos. Las narrativas audiovisuales pueden contribuir mucho para ofrecer contenidos de calidad y para lograr aprendizajes significativos. Las narrativas audiovisuales y contenidos educomunicacionales tienen muchas herramientas para conectarse con los estudiantes. No se puede limitar a televisar o reproducir una clase en medios digitales. El objetivo debe ser utilizar otras narrativas (el *story telling*) para transmitir contenidos educativos en estos nuevos formatos.

5. ¿Hasta qué punto los medios de comunicación masivos deben asumir alguna responsabilidad como elementos socializadores y educadores en el país?

Absolutamente. Los medios deben ser conscientes de que sus contenidos y mensajes terminan educando. Sin circunscribirnos a los medios tradicionales (TV y Radio) sino a esos mismos o los medios digitales, que utilizan otras tecnologías para llegar a la audiencia. Todos son responsables del resultado educativo que alcanzan las audiencias. Ningún actor de la sociedad puede eludir su responsabilidad social.

6. ¿Cómo podrían desarrollar procesos educomunicativos con impacto las instituciones educativas universitarias?

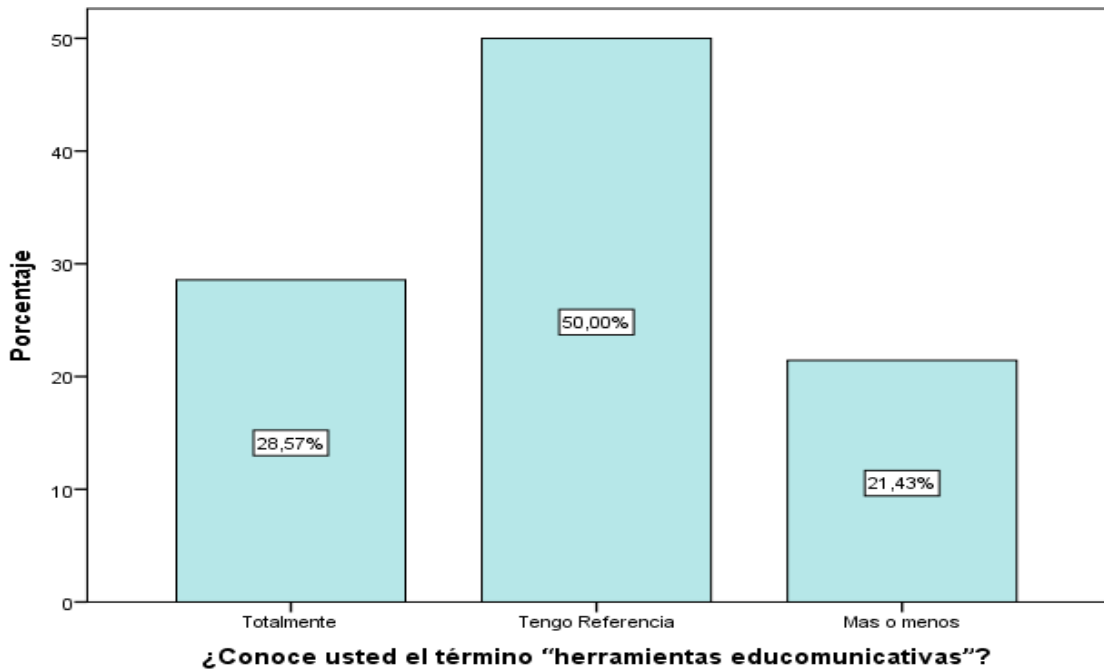
Yo creo mucho en los laboratorios para lograr innovación. Es de las Universidades de donde salen las nuevas propuestas, porque están acostumbradas a pensar en propuestas. Pero deben estar inmersas en redes entre ellas o de especialistas, para acelerar el conocimiento, acceder u optimizar esos nuevos recursos. Aprendo en casa y la Fundación Re-imagina, entre otros muchos espacios pueden ser contrapartes de los procesos creativos de las universidades.

Debido a los avances tecnológicos y a la cada vez mayor accesibilidad a recursos, que son versátiles y económicos. Hoy, cualquier universidad tiene acceso a la tecnología y los espacios para experimentar en estas formas de educación. Existen exitosos productos y proyectos educomunicativos que han sido realizados por maestros o estudiantes, realizados totalmente con un iPhone (u otro dispositivo inteligente). Hace 30 años la producción audiovisual y los productos educomunicacionales eran privilegio de pocos con la posibilidad de comprar equipos con valores superiores a los 50 mil dólares, hoy en día con una computadora y cámaras de mucho menor costo se lograr

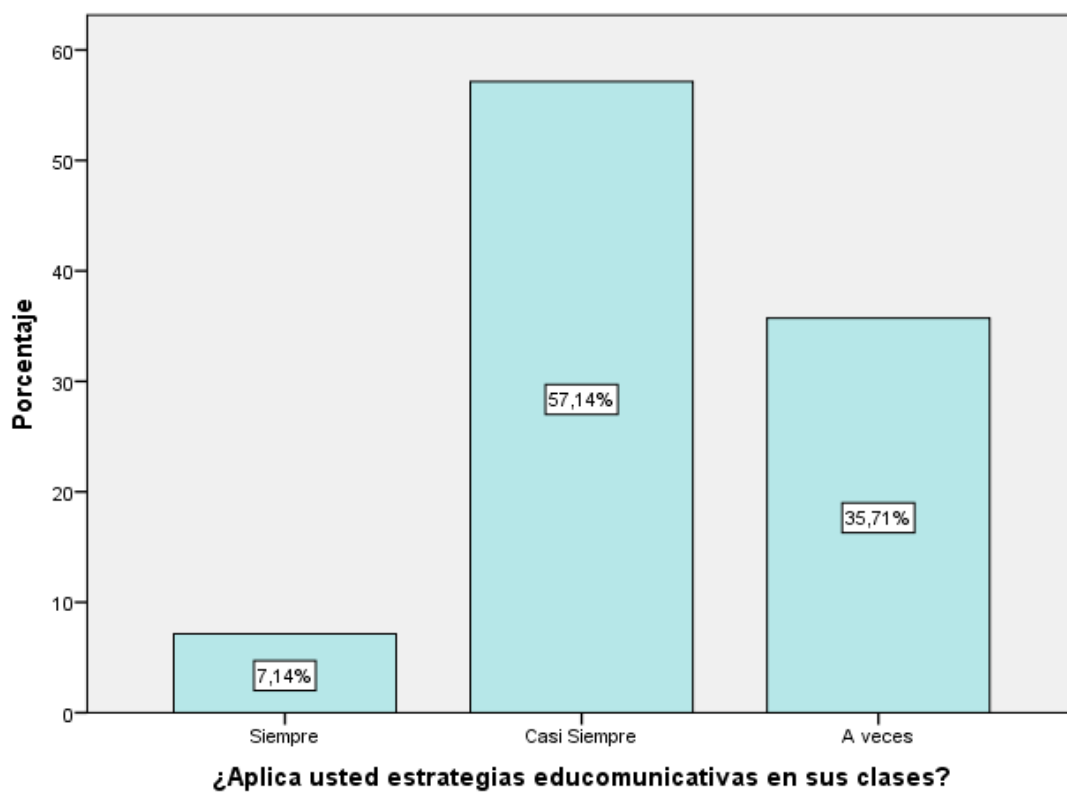
productos con altísima calidad. Es el momento para crear y para recibir aportes de las facultades.

Anexo Encuesta a docentes

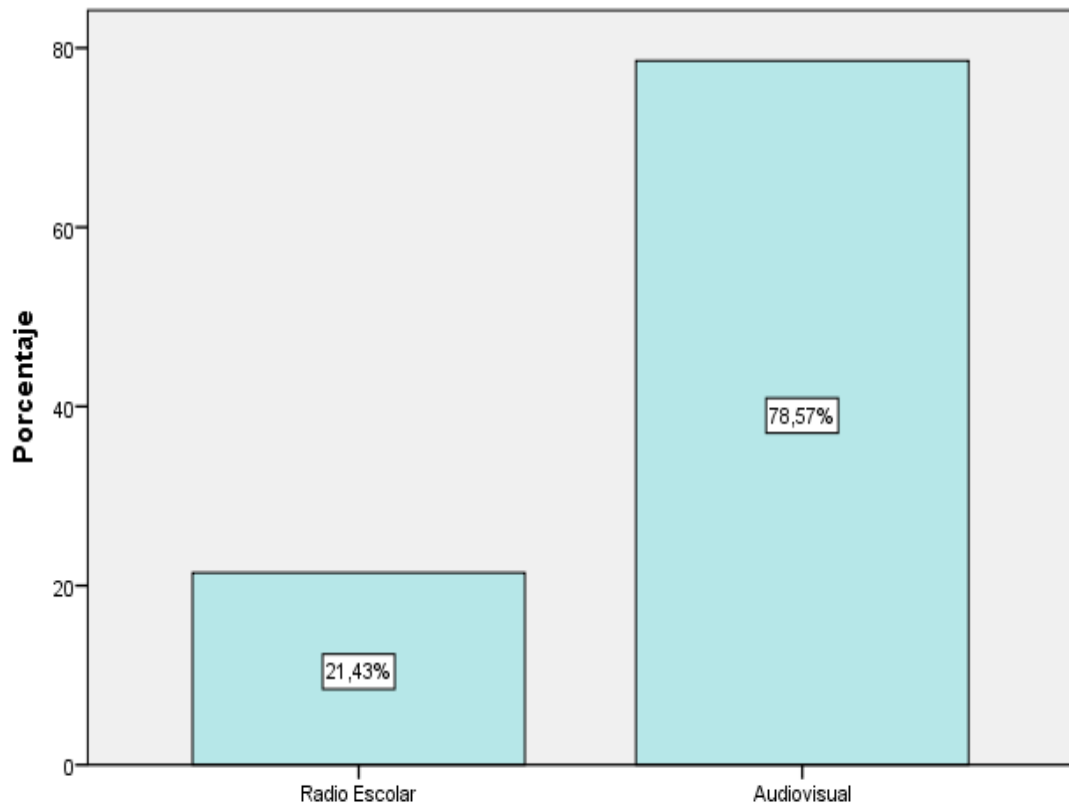
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente	4	28,6	28,6	28,6
Tengo Referencia	7	50,0	50,0	78,6
Mas o menos	3	21,4	21,4	100,0
Total	14	100,0	100,0	



Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	1	7,1	7,1	7,1
Casi Siempre	8	57,1	57,1	64,3
A veces	5	35,7	35,7	100,0
Total	14	100,0	100,0	

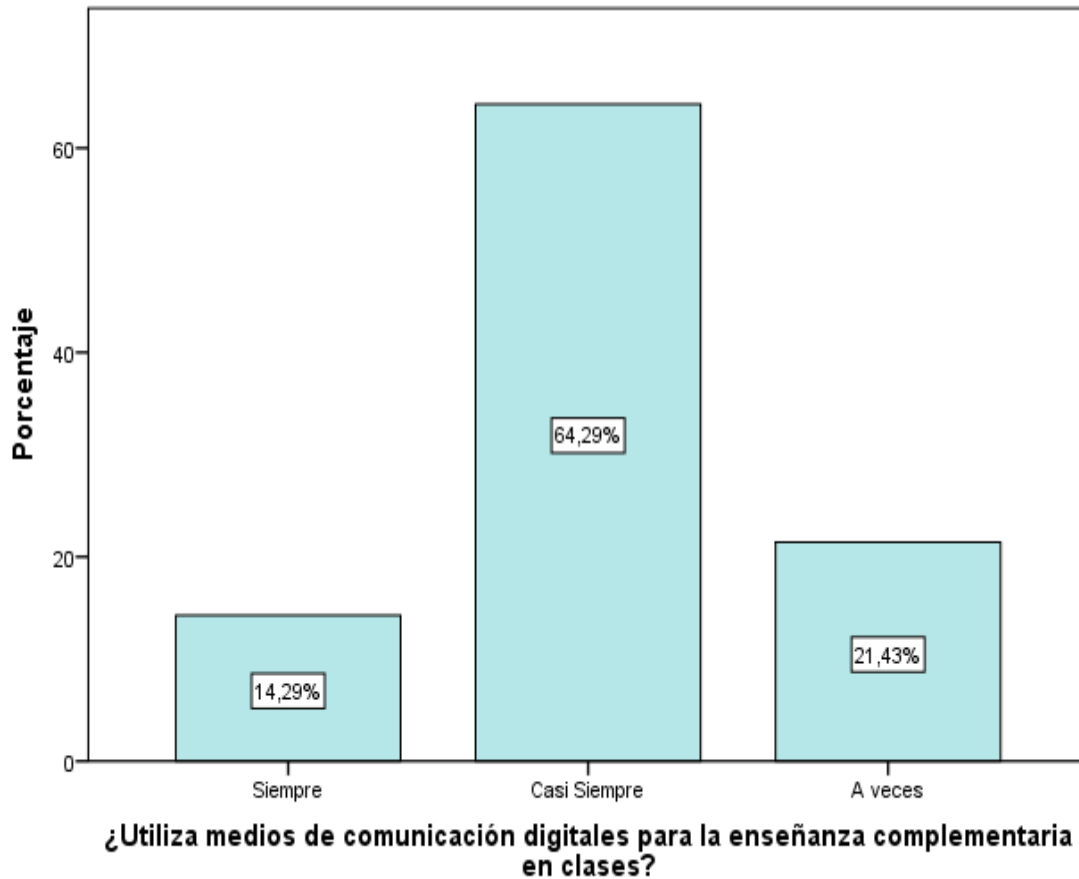


Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Radio Escolar	3	21,4	21,4	21,4
Audiovisual	11	78,6	78,6	100,0
Total	14	100,0	100,0	

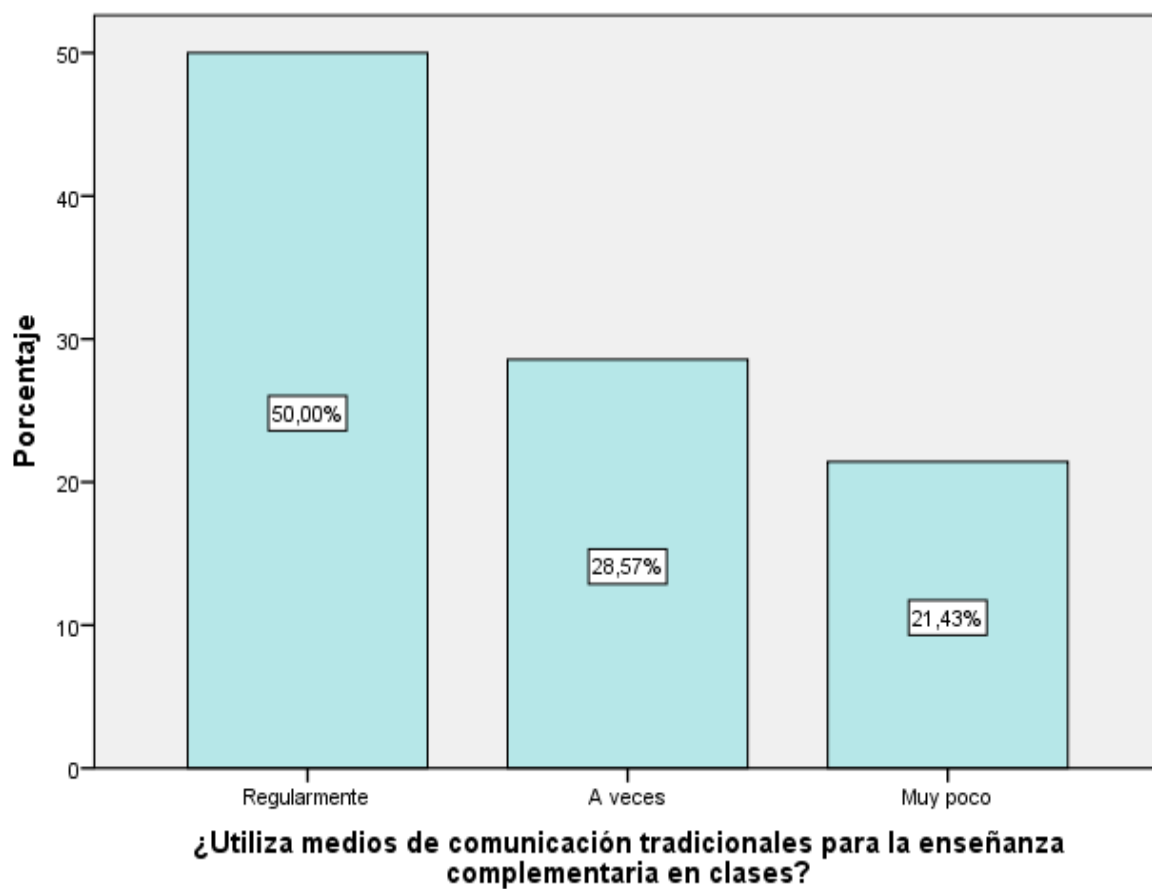


De las siguientes herramientas educomunicativas, elija las tres principales que usted utiliza para el desarrollo de sus clases.

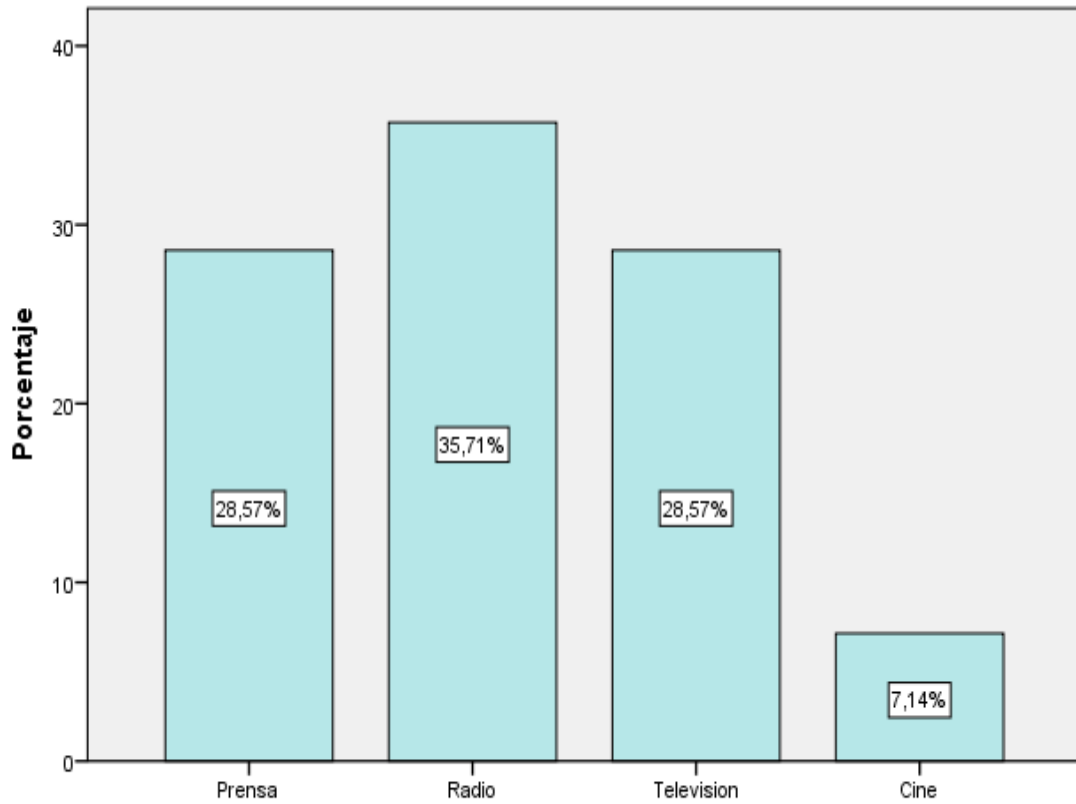
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	2	14,3	14,3	14,3
Casi Siempre	9	64,3	64,3	78,6
A veces	3	21,4	21,4	100,0
Total	14	100,0	100,0	



Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regularmente	7	50,0	50,0	50,0
A veces	4	28,6	28,6	78,6
Muy poco	3	21,4	21,4	100,0
Total	14	100,0	100,0	

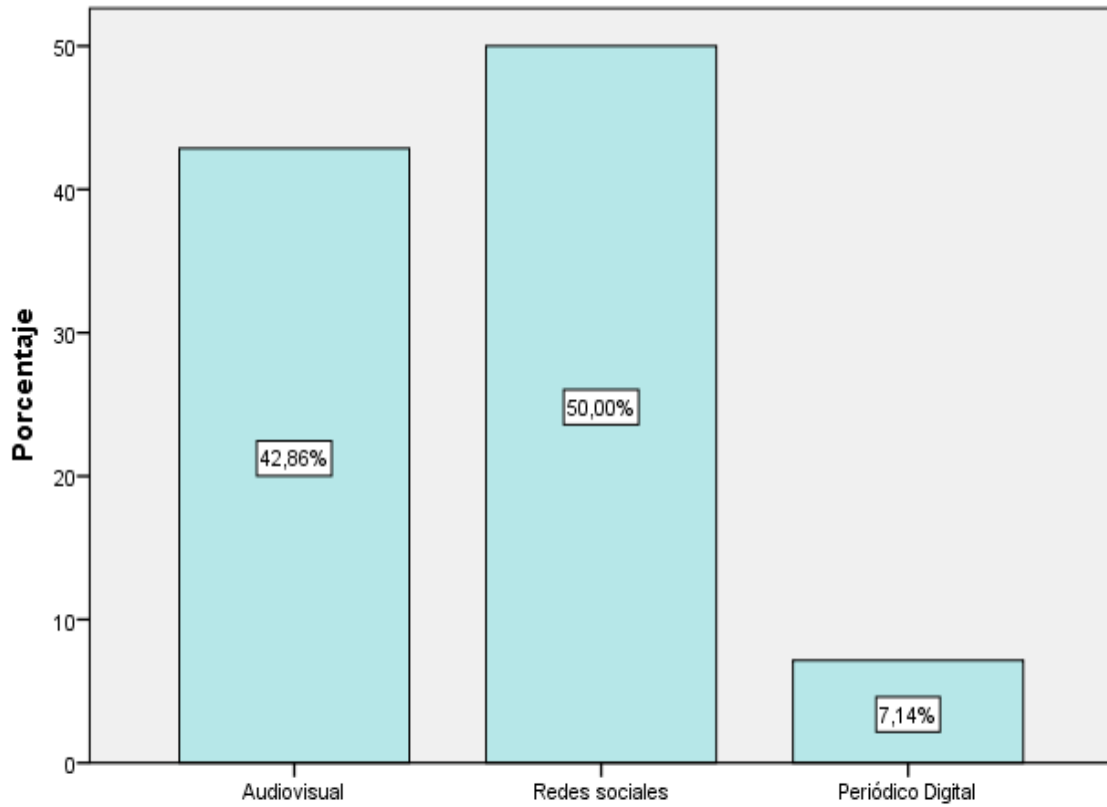


Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Prensa	4	28,6	28,6	28,6
Radio	5	35,7	35,7	64,3
Televisión	4	28,6	28,6	92,9
Cine	1	7,1	7,1	100,0
Total	14	100,0	100,0	



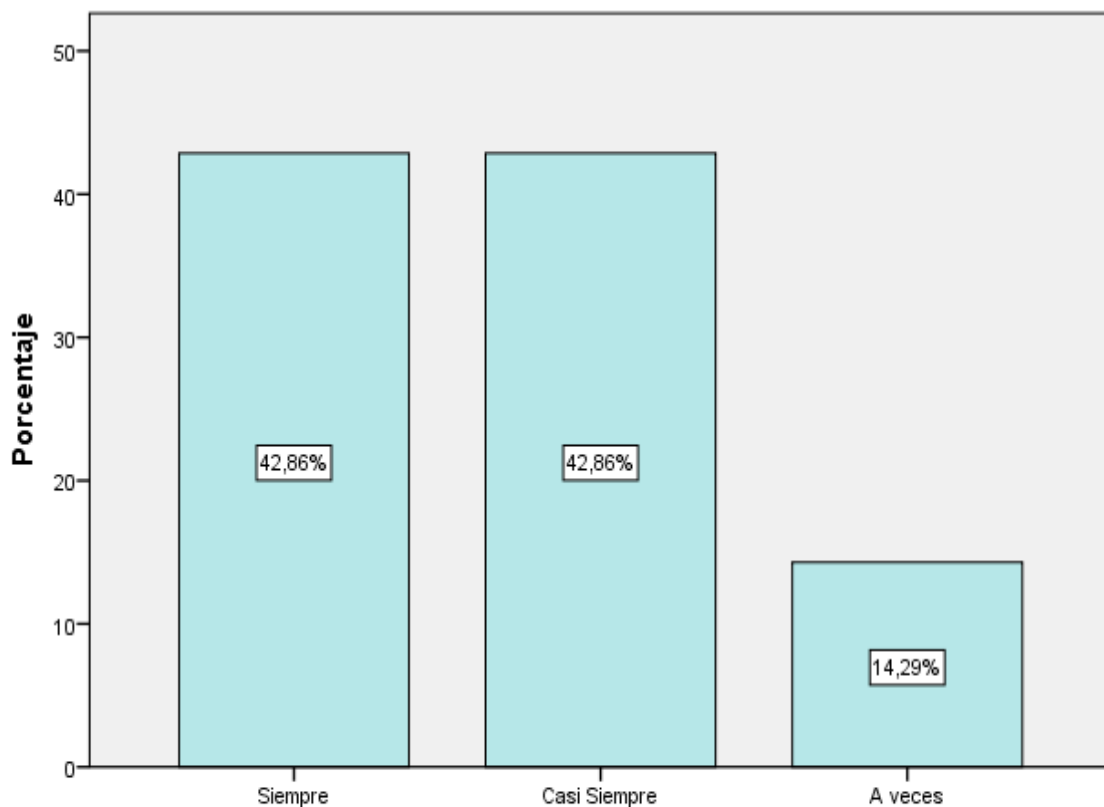
¿De los siguientes medios de comunicación tradicionales, identifique el que más utiliza como herramienta educomunicativa?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Audiovisual	6	42,9	42,9	42,9
Redes sociales	7	50,0	50,0	92,9
Periódico Digital	1	7,1	7,1	100,0
Total	14	100,0	100,0	



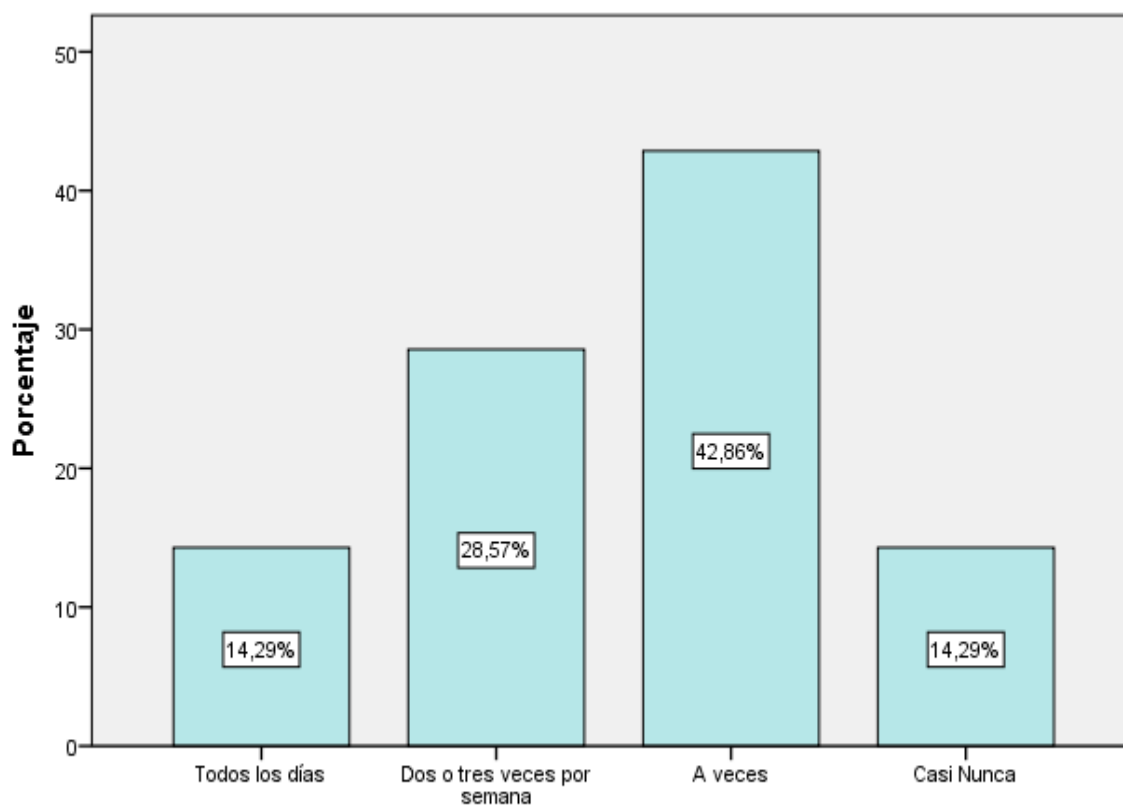
De los siguientes medios de comunicación digitales, identifique los dos que más utiliza como herramienta educomunicativa.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	6	42,9	42,9	42,9
Casi Siempre	6	42,9	42,9	85,7
A veces	2	14,3	14,3	100,0
Total	14	100,0	100,0	



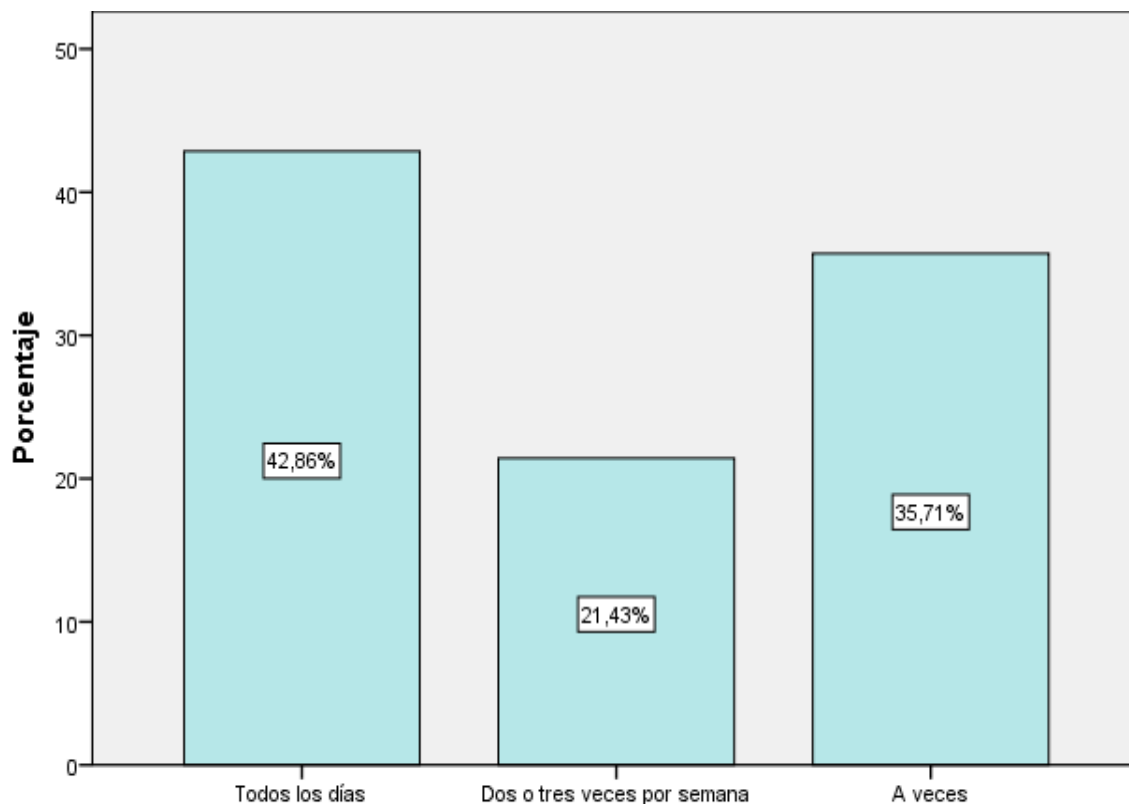
¿De acuerdo a su criterio, considera importante la enseñanza a través del uso de los medios de comunicación como herramientas complementarias?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Todos los días	2	14,3	14,3	14,3
Dos o tres veces por semana	4	28,6	28,6	42,9
A veces	6	42,9	42,9	85,7
Casi Nunca	2	14,3	14,3	100,0
Total	14	100,0	100,0	



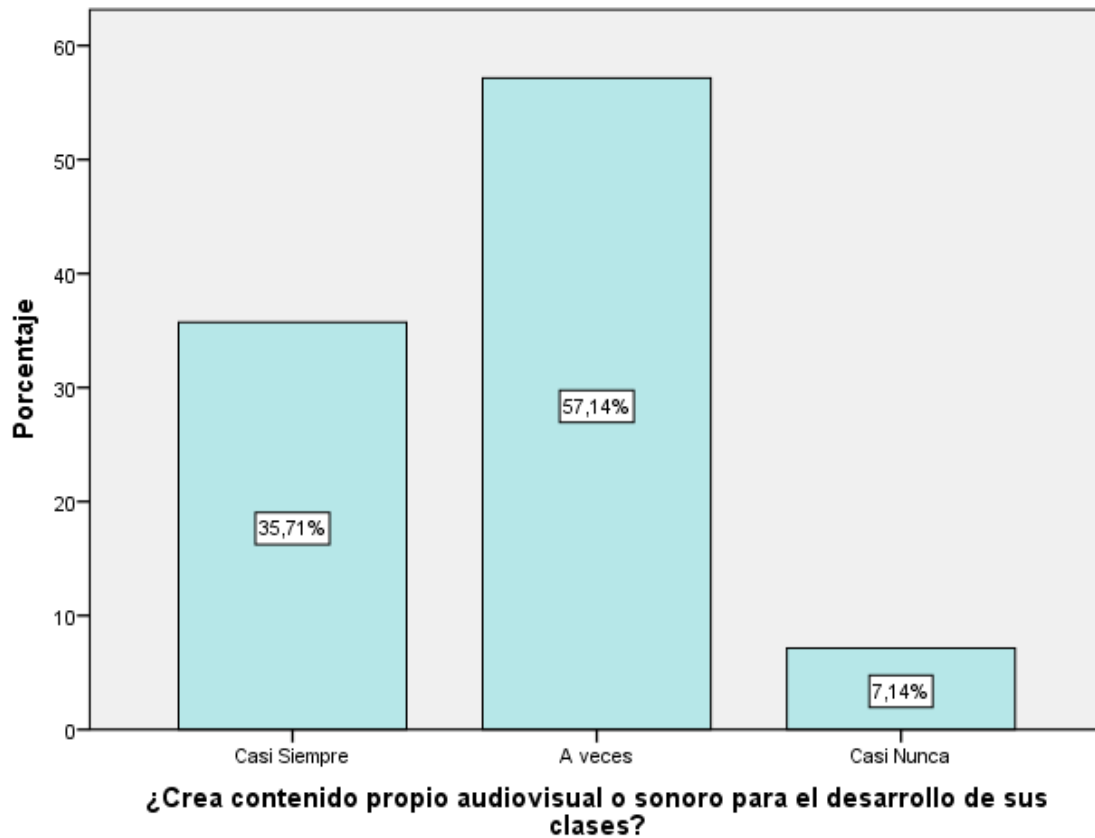
¿Con qué regularidad o frecuencia utiliza los medios de comunicación tradicionales para complementar la enseñanza?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Todos los días	6	42,9	42,9	42,9
Dos o tres veces por semana	3	21,4	21,4	64,3
A veces	5	35,7	35,7	100,0
Total	14	100,0	100,0	

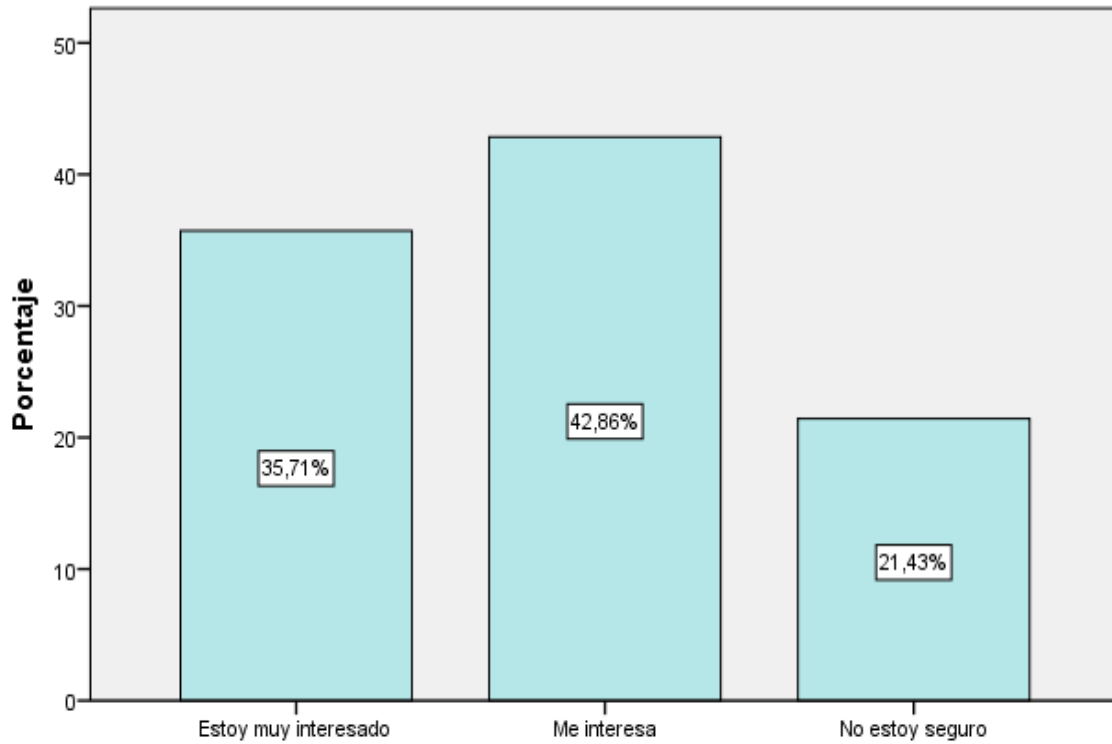


¿Con qué regularidad o frecuencia utiliza los medios de comunicación digitales para complementar la enseñanza?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Siempre	5	35,7	35,7	35,7
A veces	8	57,1	57,1	92,9
Casi Nunca	1	7,1	7,1	100,0
Total	14	100,0	100,0	

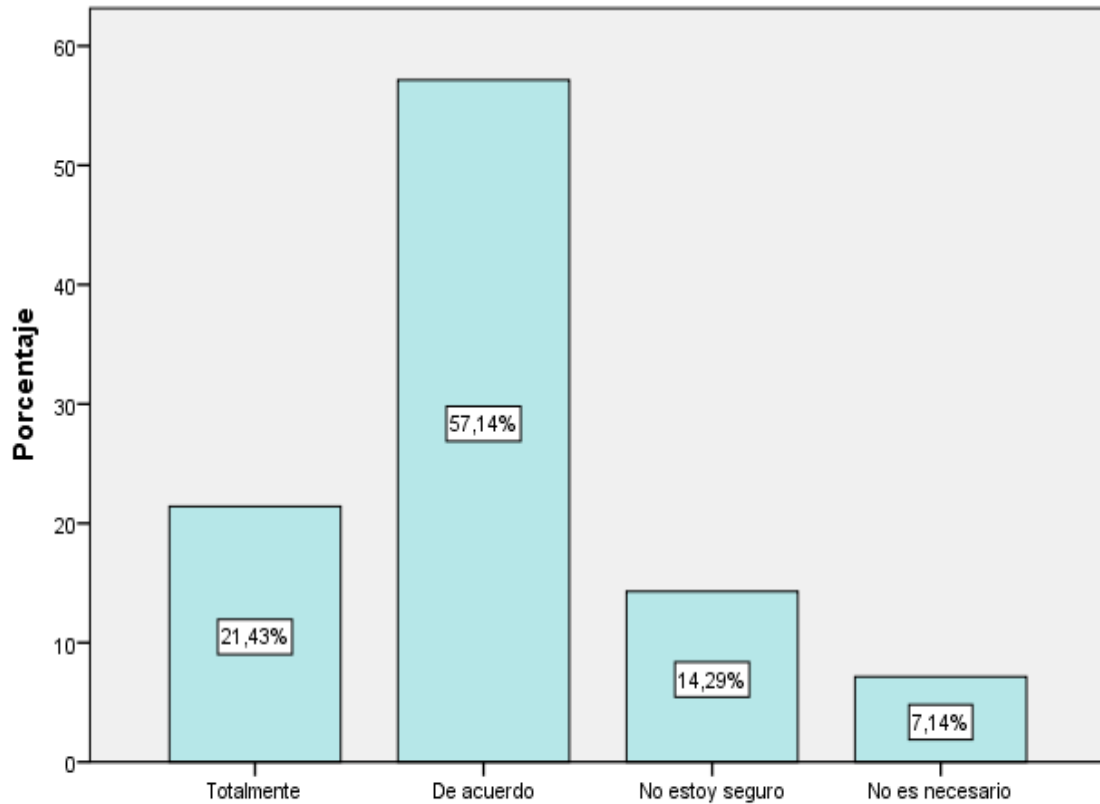


Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Estoy muy interesado	5	35,7	35,7	35,7
Me interesa	6	42,9	42,9	78,6
No estoy seguro	3	21,4	21,4	100,0
Total	14	100,0	100,0	



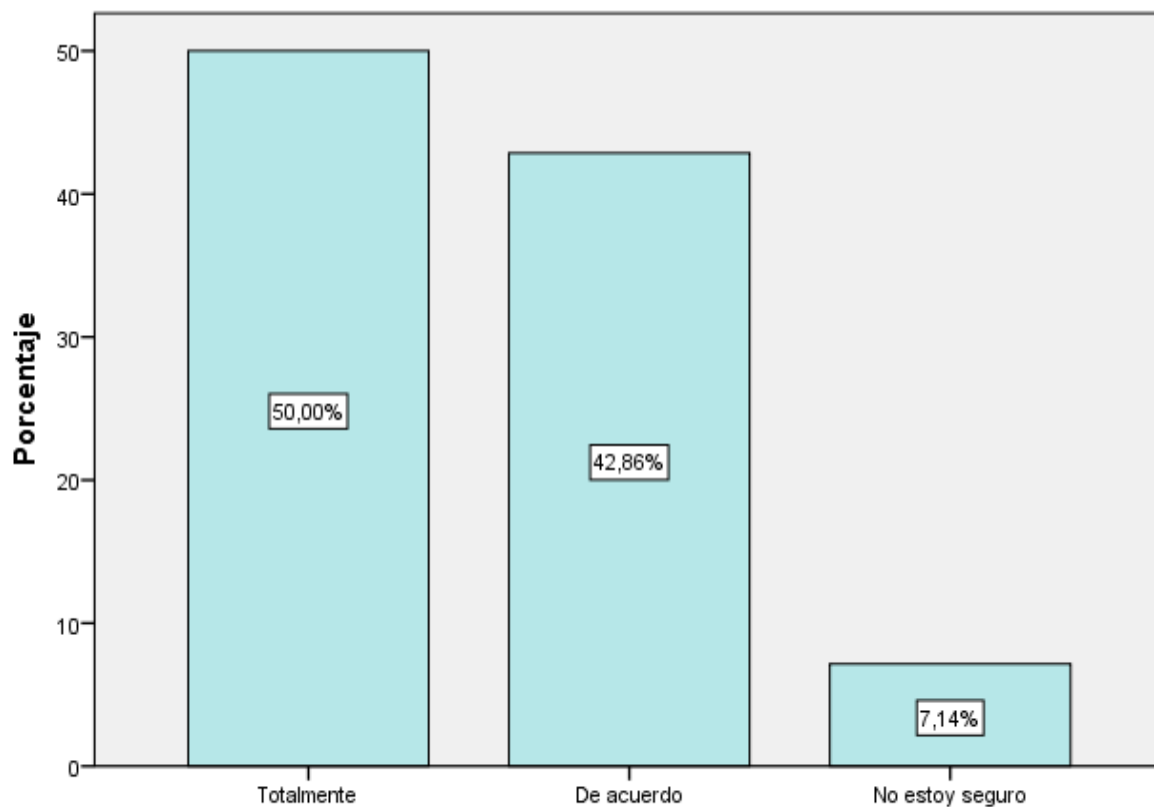
¿Consideraría el conocer a profundidad sobre estrategias que impliquen el uso de herramientas educomunicativas para la enseñanza - aprendizaje de sus estudiantes?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente	3	21,4	21,4	21,4
De acuerdo	8	57,1	57,1	78,6
No estoy seguro	2	14,3	14,3	92,9
No es necesario	1	7,1	7,1	100,0
Total	14	100,0	100,0	



¿Considera que la institución educativa donde labora debe implementar la enseñanza a través de medios de comunicación tradicionales?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente	7	50,0	50,0	50,0
De acuerdo	6	42,9	42,9	92,9
No estoy seguro	1	7,1	7,1	100,0
Total	14	100,0	100,0	

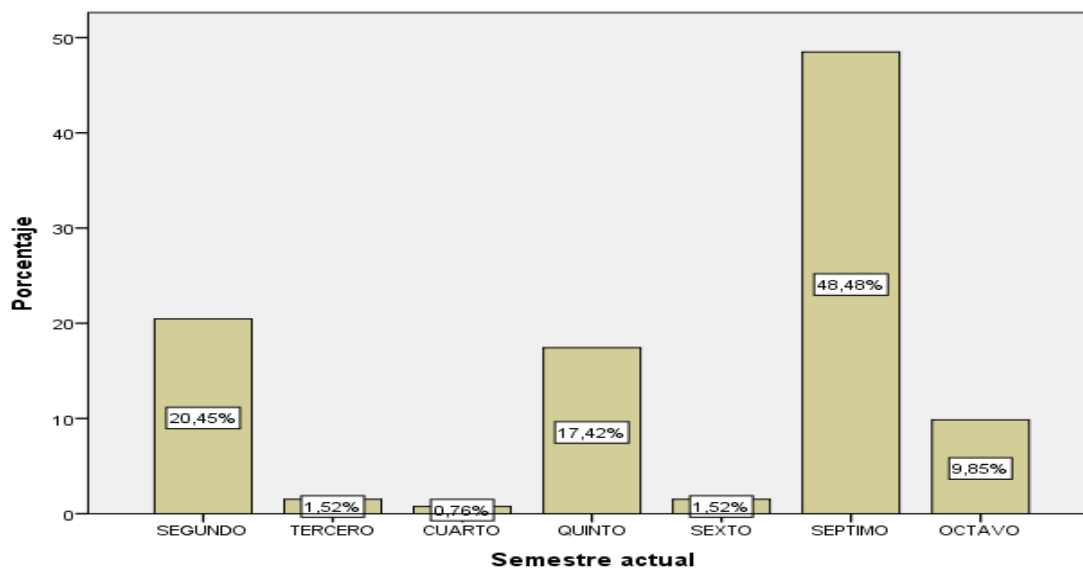


¿Considera que la institución educativa donde labora debe implementar la enseñanza a través de medios de comunicación digitales?

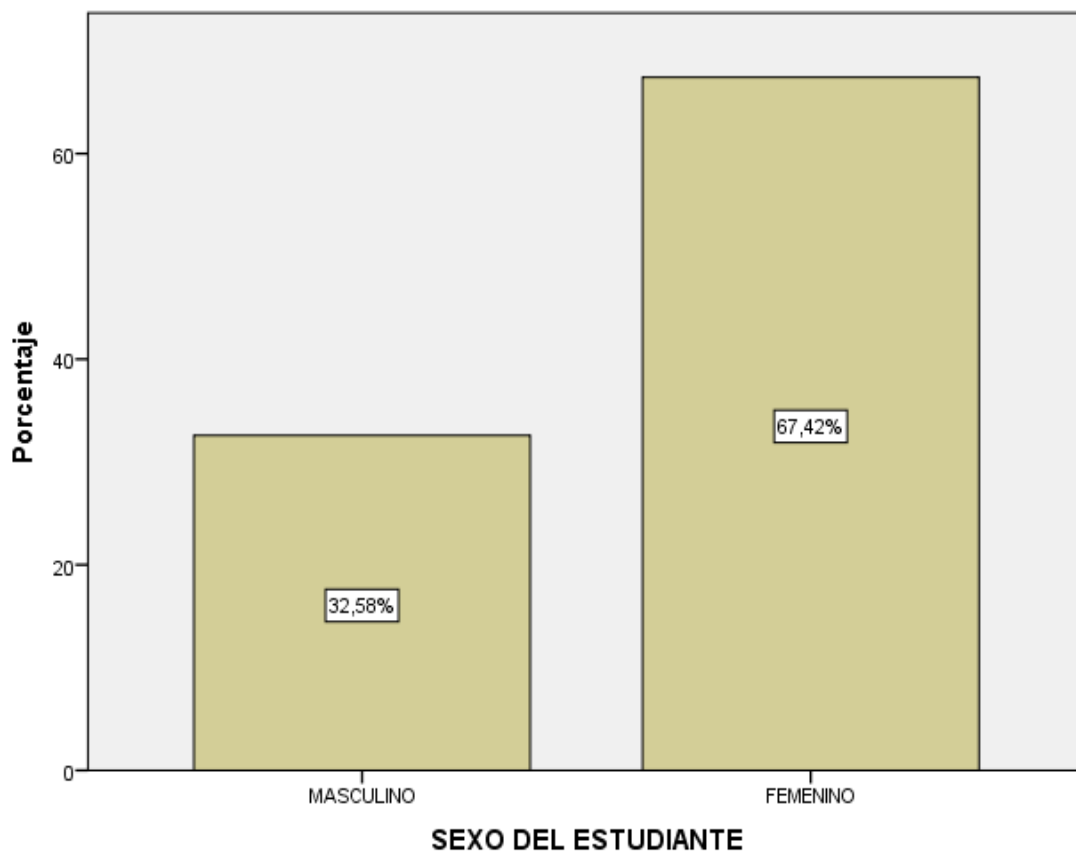
Anexo Encuesta a estudiantes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SEGUNDO	27	20,3	20,5	20,5
TERCERO	2	1,5	1,5	22,0
CUARTO	1	,8	,8	22,7
QUINTO	23	17,3	17,4	40,2
SEXTO	2	1,5	1,5	41,7
SEPTIMO	64	48,1	48,5	90,2

OCTAVO	13	9,8	9,8	100,0
Total	132	100,0	100,0	

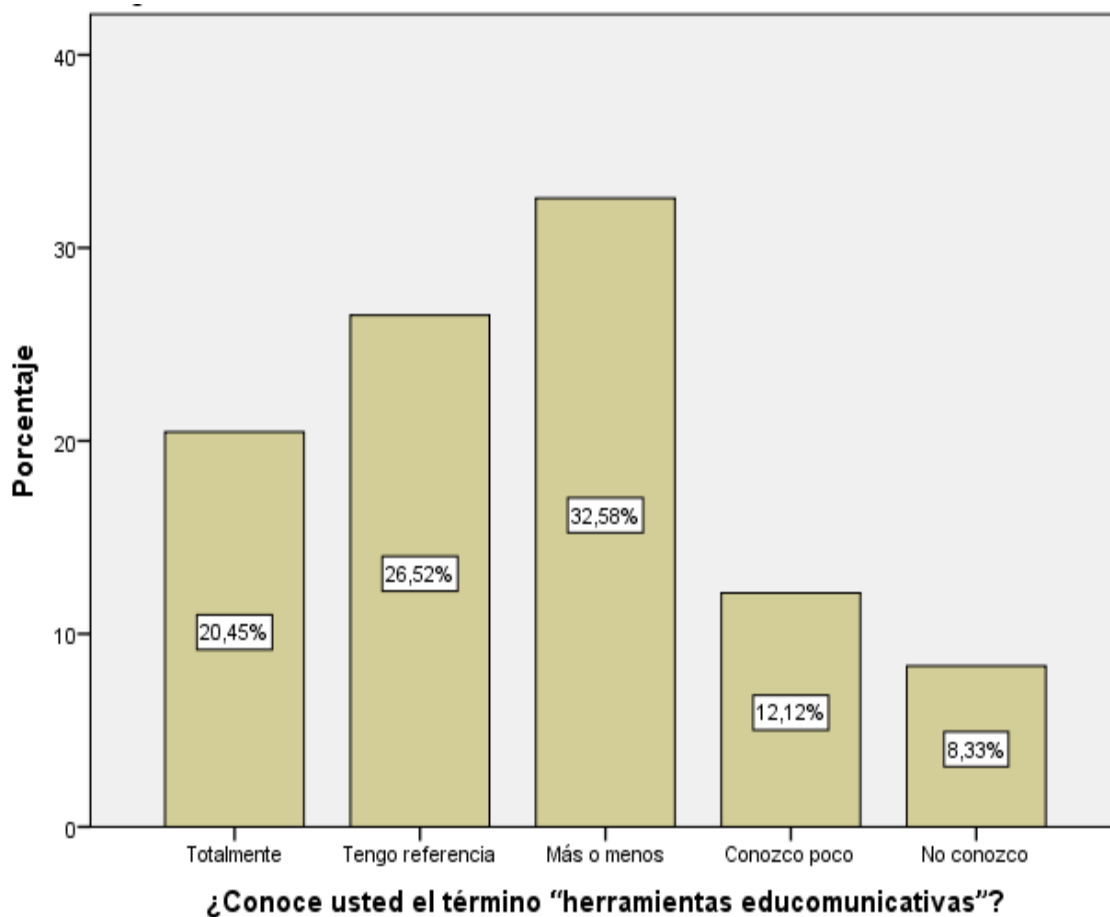


Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
MASCULINO	43	32,3	32,6	32,6
FEMENINO	89	66,9	67,4	100,0
Total	132	100,0	100,0	



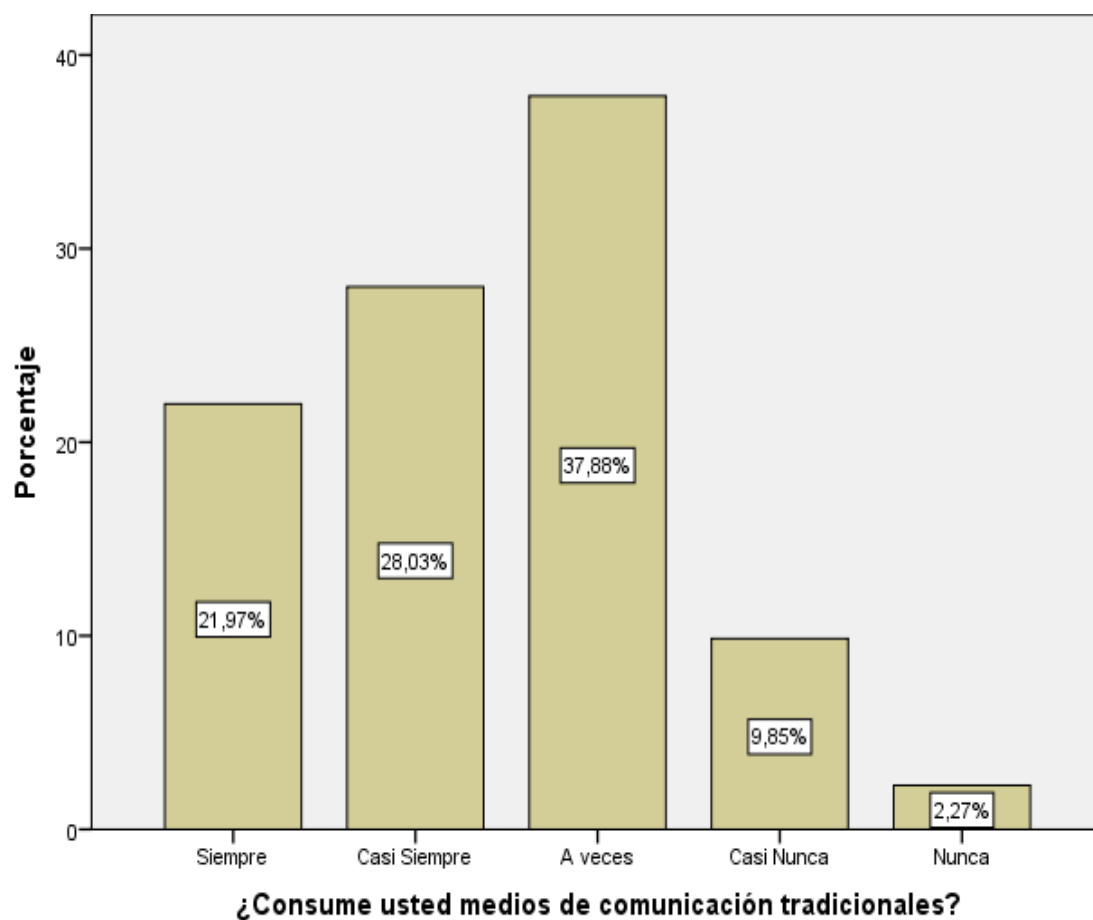
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente	27	20,3	20,5	20,5
Tengo referencia	35	26,3	26,5	47,0
Más o menos	43	32,3	32,6	79,5
Conozco poco	16	12,0	12,1	91,7
No conozco	11	8,3	8,3	100,0

Total	132	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------



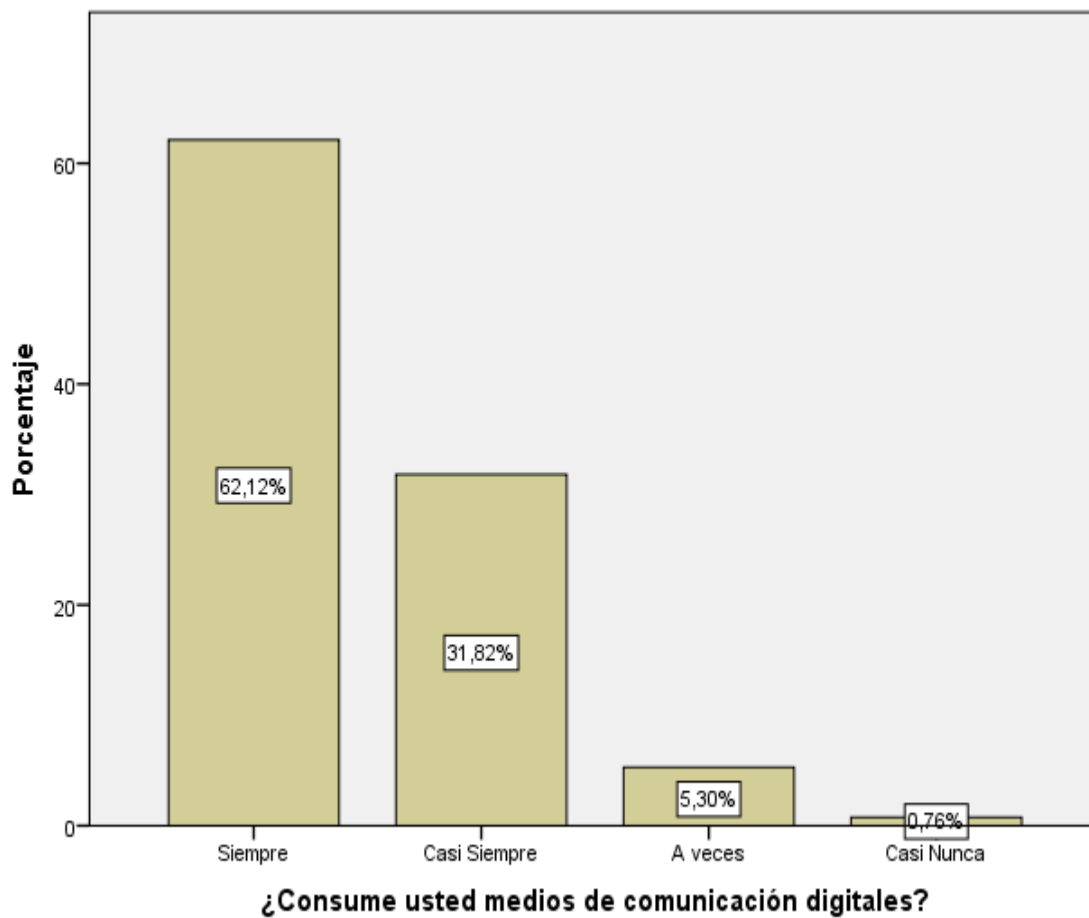
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	29	21,8	22,0	22,0
Casi Siempre	37	27,8	28,0	50,0
A veces	50	37,6	37,9	87,9
Casi Nunca	13	9,8	9,8	97,7
Nunca	3	2,3	2,3	100,0

Total	132	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------



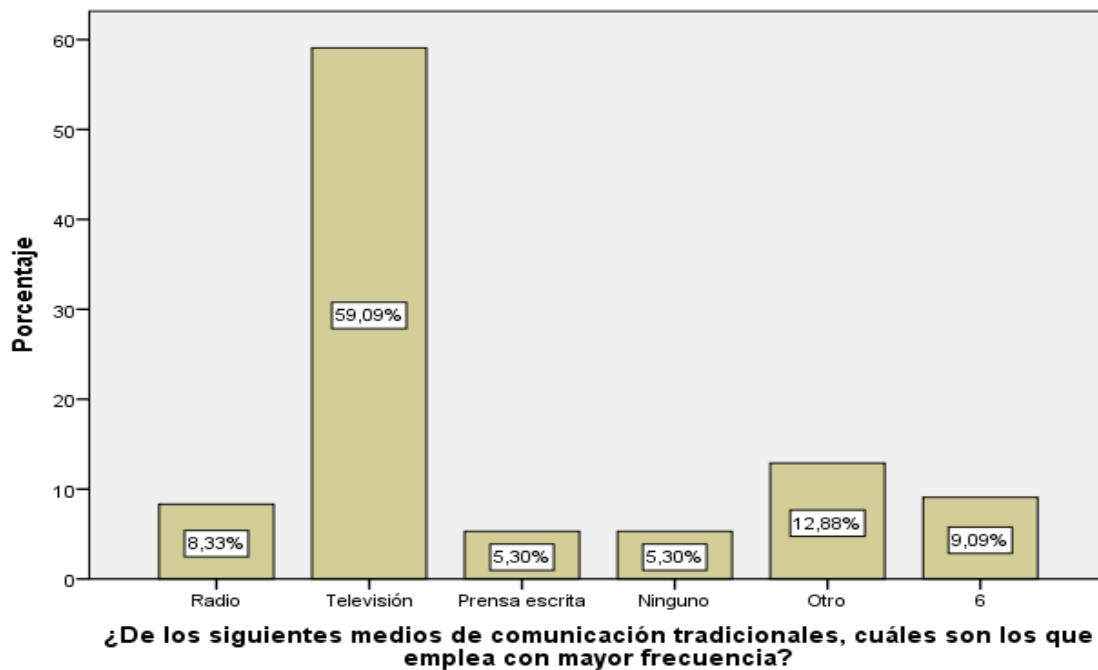
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	82	61,7	62,1	62,1
Casi Siempre	42	31,6	31,8	93,9
A veces	7	5,3	5,3	99,2
Casi Nunca	1	,8	,8	100,0

Total	132	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

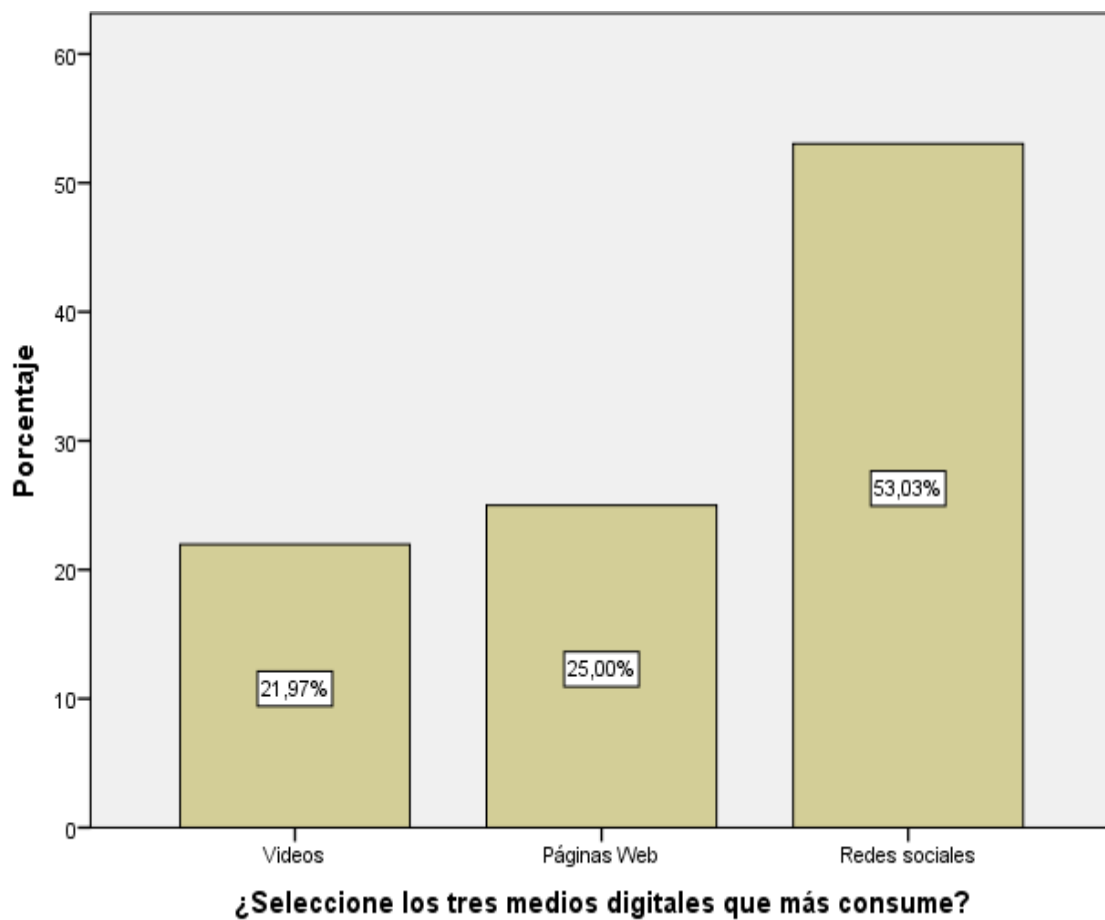


Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Radio	11	8,3	8,3	8,3
Televisión	78	58,6	59,1	67,4
Prensa escrita	7	5,3	5,3	72,7
Ninguno	7	5,3	5,3	78,0
Otro	17	12,8	12,9	90,9

Tv por Cable	12	9,0	9,1	100,0
Total	132	100,0	100,0	

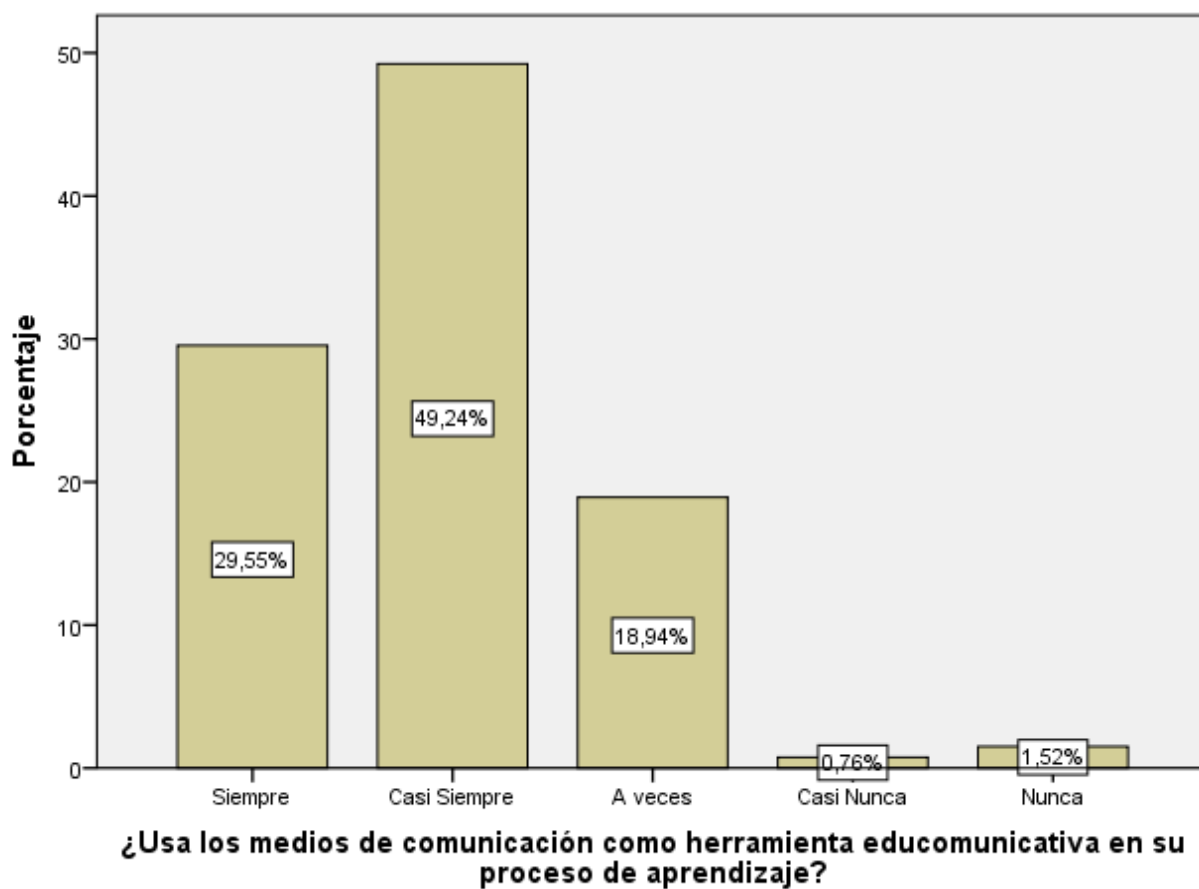


Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Videos	29	21,8	22,0	22,0
Páginas Web	33	24,8	25,0	47,0
Redes sociales	70	52,6	53,0	100,0
Total	132	100,0	100,0	

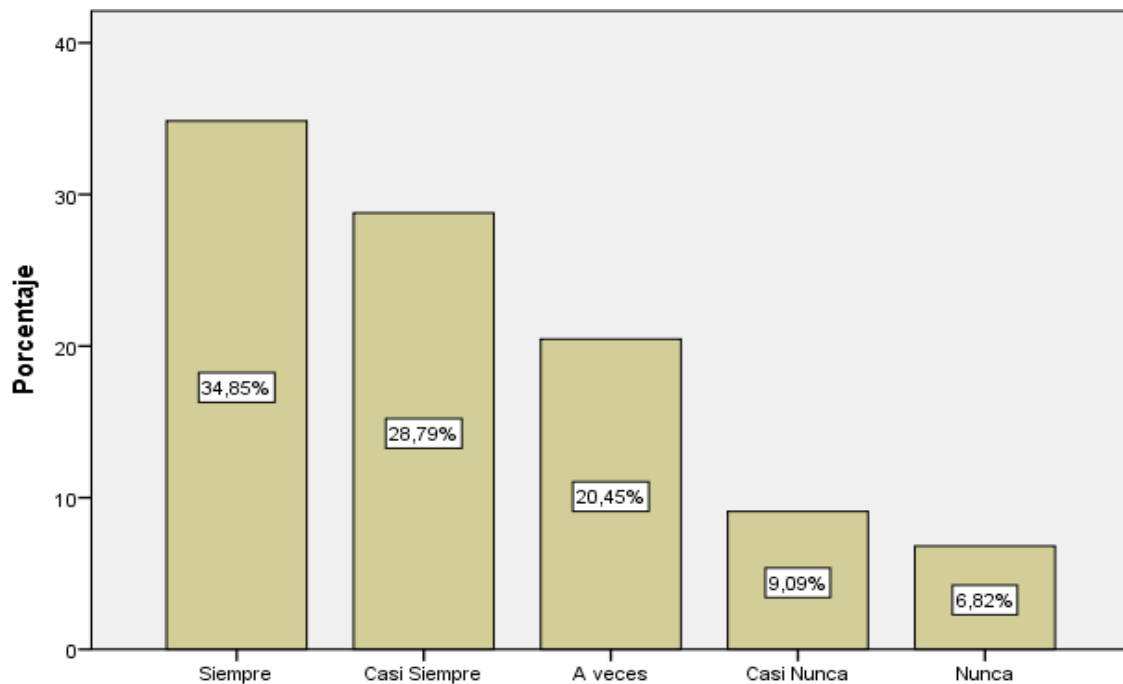


Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	39	29,3	29,5	29,5
Casi Siempre	65	48,9	49,2	78,8
A veces	25	18,8	18,9	97,7
Casi Nunca	1	,8	,8	98,5
Nunca	2	1,5	1,5	100,0

Total	132	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

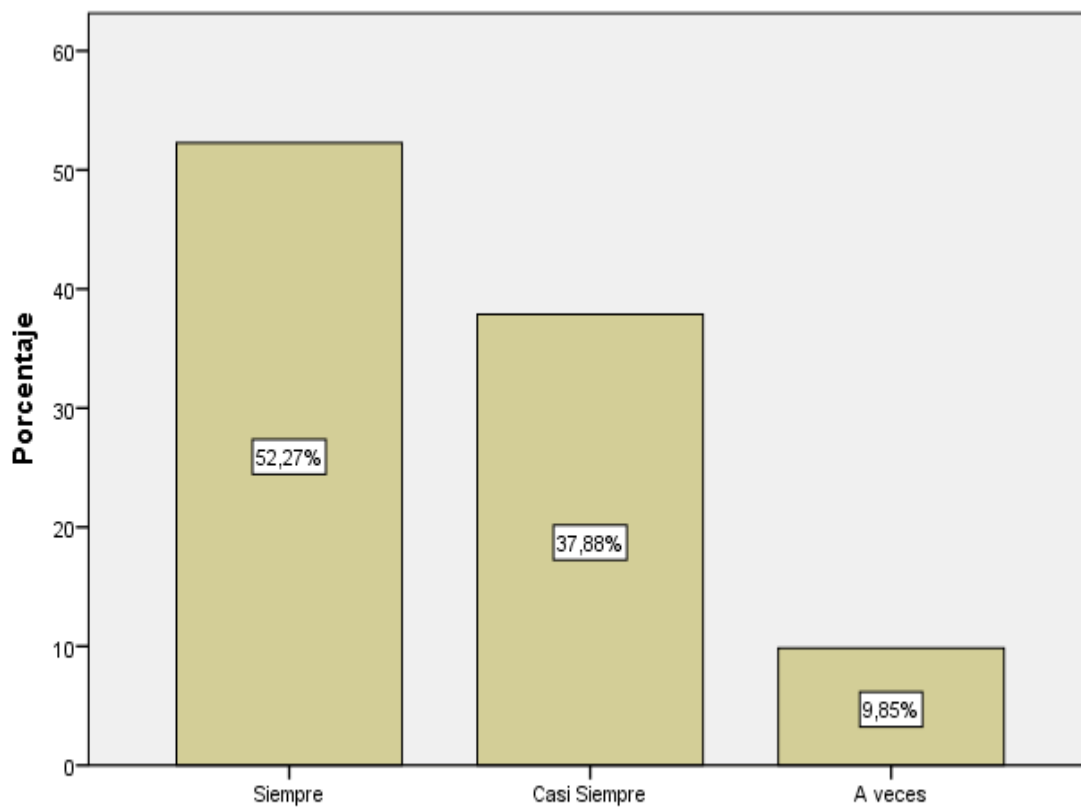


Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	46	34,6	34,8	34,8
Casi Siempre	38	28,6	28,8	63,6
A veces	27	20,3	20,5	84,1
Casi Nunca	12	9,0	9,1	93,2
Nunca	9	6,8	6,8	100,0
Total	132	100,0	100,0	



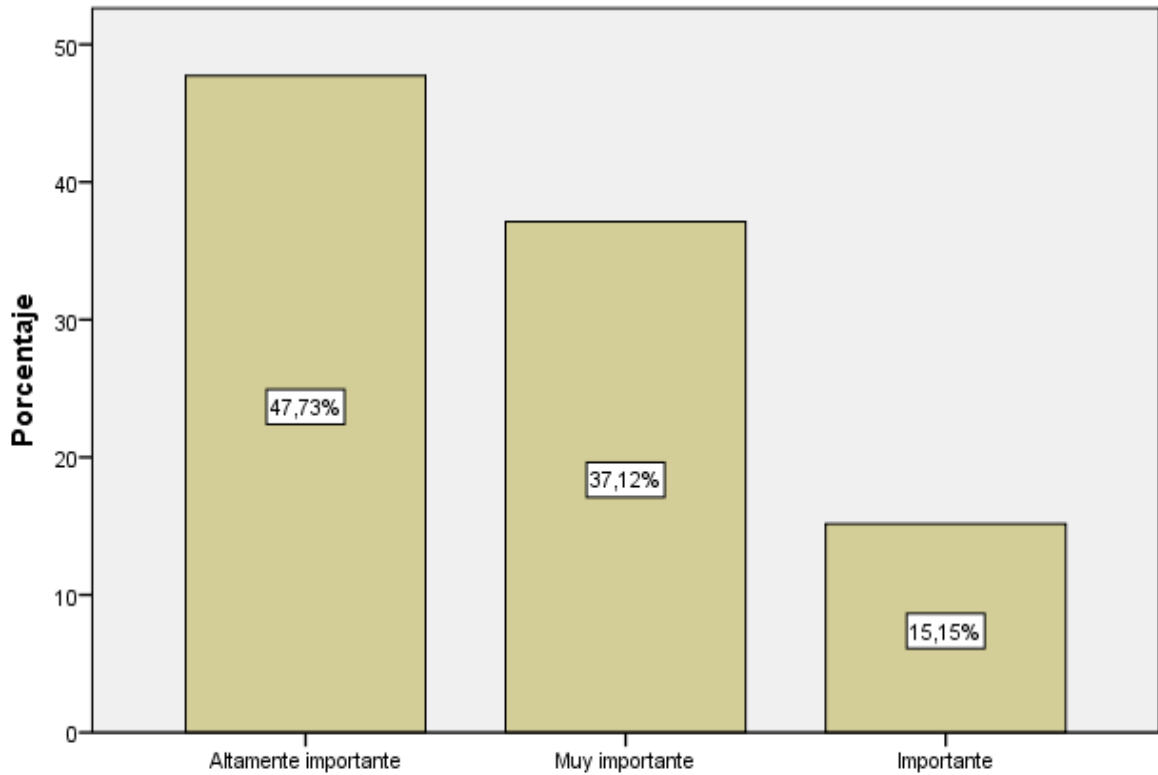
¿Su docente utilizó algún medio de comunicación tradicional para complementar el aprendizaje en el último semestre en curso?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	69	51,9	52,3	52,3
Casi Siempre	50	37,6	37,9	90,2
A veces	13	9,8	9,8	100,0
Total	132	100,0	100,0	



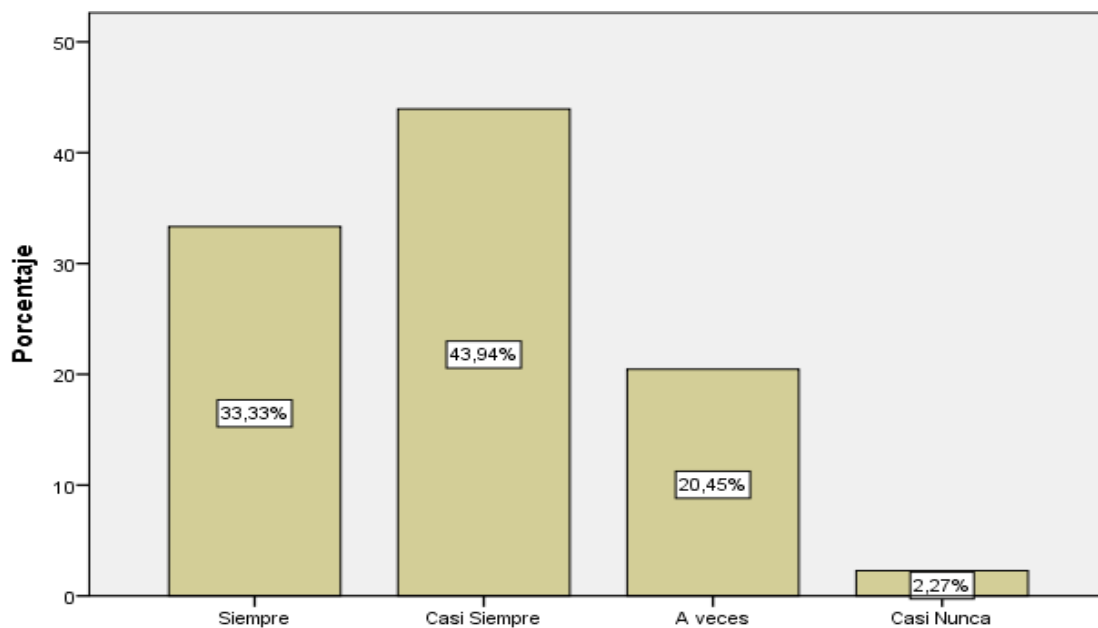
¿Su docente utilizó algún medio de comunicación digital para complementar el aprendizaje en el último semestre en curso?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Altamente importante	63	47,4	47,7	47,7
Muy importante	49	36,8	37,1	84,8
Importante	20	15,0	15,2	100,0
Total	132	100,0	100,0	



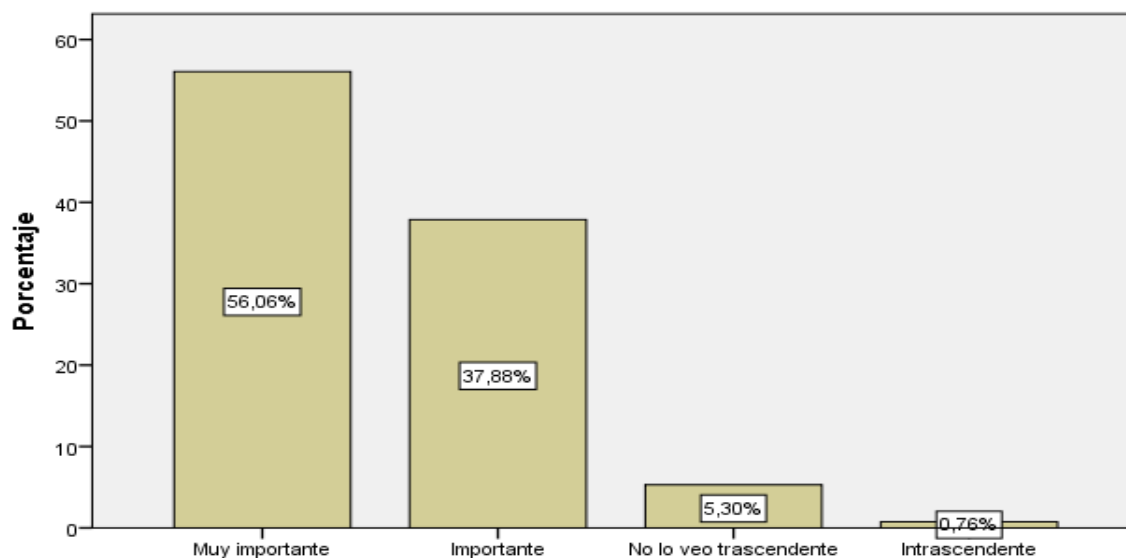
¿Qué nivel de importancia usted considera que tiene el uso de los medios de comunicación como herramienta de aprendizaje en su proceso educativo?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	44	33,1	33,3	33,3
Casi Siempre	58	43,6	43,9	77,3
A veces	27	20,3	20,5	97,7
Casi Nunca	3	2,3	2,3	100,0
Total	132	100,0	100,0	



¿Considera que los contenidos que transmiten los medios de comunicación tradicionales o digitales ayuda a potenciar tus conocimientos?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy importante	74	55,6	56,1	56,1
Importante	50	37,6	37,9	93,9
No lo veo trascendente	7	5,3	5,3	99,2
Intrascendente	1	,8	,8	100,0
Total	132	100,0	100,0	



¿Qué nivel de importancia considera tiene para usted la posibilidad que la carrera de comunicación implemente estrategias de enseñanza complementaria a través de medios de comunicación tradicionales y digitales?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy alto interés	57	42,9	43,2	43,2
Interesado	68	51,1	51,5	94,7
No estoy convencido	5	3,8	3,8	98,5
Poco interés	2	1,5	1,5	100,0
Total	132	100,0	100,0	

