

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

CARRERA DE COMUNICACIÓN



TEMA:

“ESTRATEGIAS EDUCOMUNICATIVAS EN YOUTUBE PARA LA DIFUSIÓN CULTURAL IMBABUREÑA DIRIGIDA A NIÑOS Y NIÑAS DE LAS ESCUELAS RAFAEL SUÁREZ Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES DEL CANTÓN IBARRA”

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación

AUTOR(A):

Kimberly Joely Avellaneda Galarza

DIRECTOR(A):

Msc. Ana María Larrea Ayala

Ibarra, 2023



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1004138994		
APELLIDOS Y NOMBRES:	AVELLANEDA GALARZA KIMBERLY JOELY		
DIRECCIÓN:	JOSÉ MIGUL VACA FLORES 5-27 Y AMBATO		
EMAIL:	kjavellanedag@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	2545783	TELF. MOVIL	0982981932

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Estrategias educomunicativas en YouTube para la difusión cultural imbabureña dirigida a niños y niñas de las escuelas Rafael Suárez y Sánchez y Cifuentes del cantón Ibarra
AUTOR (ES):	Kimberly Joely Avellaneda Galarza
FECHA: AAAAMMDD	2000/04/21
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciada en Comunicación
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Ana María Larrea
	Msc. Consuelo Andrade

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 07 días del mes de Junio de 2023.

EL AUTOR:



Kimberly Joely Avellaneda Galarza

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

Ibarra, 07 de Junio..... de 2023.

Msc. Ana María Larrea

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de titulación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología (FECYT) de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.



(f)

Msc. Ana María Larrea

C.C.: 1002746152

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con todo el amor del mundo a mi familia porque son lo más valioso que tengo en mi vida, especialmente a mis padres quienes me apoyaron y me motivaron a continuar pese a los obstáculos que la vida me presentaba o yo misma me los ponía. Su amor, su confianza me hicieron llegar hasta donde estoy ahora. Gracias por estar en los buenos y malos momentos, lograron que mi niña interior cumpla uno de sus más grandes sueños, ser feliz, confiada y compartir este gran triunfo con ustedes. Todo lo que soy se los debo a ellos.

A mis hermanos Gaby y Santy por ser un ejemplo de perseverancia y una inspiración en mi vida.

A mi novio, mi mejor amigo, quien ha sido una de las personas que más me ha apoyado en este largo camino de aprendizaje y ha sido parte fundamental en mi vida. Gracias por confiar en mí, incluso más de lo que yo lo hacía. Por demostrarme que puedo ser capaz de cumplir todo lo que me proponga y hasta más.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, a mis padres, a mis abuelitos y hermanos quienes han estado en cada paso académico que he dado, en cada llanto y en cada sonrisa. Infinitas gracias por ser siempre la luz y el motivo por el cual sigo adelante. Por darme la oportunidad de educarme, experimentar y sobre todo perseguir mis sueños.

A mi tutora, amiga y docente intachable MSc. Ana María Larrea quien hizo de mí una mejor persona, no había maestro que confiara más en mí que ella. Agradezco su paciencia, su apoyo y su amor para impartir clases y sobre todo su carisma para ver los problemas como oportunidades.

A la casa me acogió por estos cuatro años, a la Universidad Técnica del Norte quien abrió sus puertas y me brindó educación, unos maestros íntegros, especialmente a la MSc. Consuelo Andrade por el apoyo en este proceso y dedicación al trabajo. A demás, unas amigas maravillosas las cuales hicieron que las aulas sean un espacio sagrado y divertido para aprender, hicieron de estos años los más increíbles que he tenido. A demás, que nunca me dejaron sola y lucharon junto conmigo para que cumpliera mis sueños.

Y por último agradezco a Hypnotic Dance, mi lugar seguro, mi hogar, donde acudía en mis momentos más emocionales, difíciles y de ansiedad. Ellos siempre lograban que me sintiera mucho mejor y siguiera esforzándome cada vez más para cumplir con mi objetivo. Agradezco a Keshia, Saya, Eri, Cris y Yesú por su amor incondicional, su apoyo constante y por ser las personas que estuvieron en mis momentos más oscuros y me llenaron de luz, de esperanza y no dejaron que me dé por vencida. Gracias por llegar a mi vida y decidir quedarse para siempre.

RESUMEN

Con el surgimiento del internet, las plataformas digitales han adquirido un gran reconocimiento y han brindado espacios para navegar, conocer, aprender y lo más importante, educarse. Gracias a la Educomunicación, esta tarea se ha vuelto más accesible, ya que su principal objetivo es educar a aquellas personas que más lo necesitan, ya sea para adquirir nuevos conocimientos o reforzar los existentes. Sin embargo, esta forma moderna de educación ofrece una oportunidad única de fomentar la cultura y el conocimiento sobre la provincia de Imbabura, especialmente a tradiciones de los pueblos indígenas y afros. Por lo tanto y expuesto anteriormente el objetivo del proyecto es crear estrategias educocomunicativas en YouTube para la difusión cultural imbabureña, dirigida a niños y niñas de las escuelas Rafael Suárez y Sánchez y Cifuentes del cantón Ibarra, a través de un canal en la plataforma YouTube. Frente a esta propuesta se aplicó una metodología mixta que incluyó la realización de entrevistas a expertos en educocomunicación, medios digitales y cultura con el objetivo de obtener su perspectiva y conocimiento de cada tema. Además, se llevó a cabo un focus group con niños y niñas pertenecientes a las instituciones, con el fin de conocer sus intereses digitales y descubrir las razones detrás de la falta de consumo cultural. Por último, se acudió a la opinión de los padres de familia a través de encuestas, lo que facilitó el conocimiento del tiempo en internet, gustos e importancia que entregan sus hijos a las plataformas digitales que consumen.

Ante los resultados obtenidos se evidenció que no todos los niños y niñas eligen el tema cultural como contenido principal. Aunque algunos demostraron interés, otros la desconocían. Uno de los aspectos principales es la falta de un canal digital cultural dirigido especialmente a niños y niñas, lo cual los lleva a la búsqueda de contenido no apto para su edad. Por ello se realizó un canal de YouTube enfocado en los niños y niñas para potencializar el conocimiento cultural de la provincia de Imbabura.

PALABRAS CLAVE: Educomunicación, YouTube, niños, niñas, plataformas digitales, cultura, Imbabura.

ABSTRACT

At the time the internet emerged, digital platforms took recognition and there were created different spaces for learning, surfing, but particularly for getting access to education. Educommunication was so relevant due to its educational purpose of approaching people who needed it, whether it was for learning or for strengthening their knowledge. This type of education has the opportunity of finding an alternative way to culturize children from Imbabura about their history, their roots and specially the traditions of their indigenous and afro ecuadorian background. Therefore and with the mentioned above the main goal of this project is to develop an educommunicational strategy on a media platform so we can improve the cultural diffusion of Imbabura, intended for children from “Rafael Suárez” and “Sánchez y Cifuentes” schools creating a YouTube channel. According to this motion we applied a mixed methodology where we implemented interviews about educommunication, digital platforms and culture to different specialists; creating focus groups with the kids to know their digital interests and why they’ve been feeling apart from their cultural heritage.

It was also take into consideration their parents opinions gotten using surveys, which facilitate data about how much time their children spent on Internet, what their likes and dislikes are, and how important are digital platforms to them. Given the results, we can recognize that cultural topics are not a priority content for children in general, meanwhile some of them have a little interest on it, there were a lot who didn’t even know about it. One of the motives of this was that it doesn’t exist any digital platform where they can get that cultural knowledge, and that’s why they’re most likely to consume content which is not appropriate to their age because prefer to watch fun and unique content.

This is the main reason we created this YouTube channel focused on kid’s content so they can boost their cultural knowledge about Imbabura region and its heritage

KEY WORDS: Educommunication, YouTube, children, digital platforms, culture, Imbabura.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	13
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	16
1.1. Educomunicación	16
1.1.1. Evolución de la educomunicación	16
1.1.2. Estrategias educomunicativas para la niñez.....	17
1.1.3. Educomunicación en entornos digitales.....	18
1.2. Comunicación digital	19
1.2.1. Competencias mediáticas digital en niños y niñas.....	19
1.3. Plataformas digitales.....	21
1.3.1. Redes Sociales	23
1.3.2. Plataforma YouTube.....	24
1.3.2.1. Origen.....	24
1.3.2.2. Ventajas y desventajas del uso de YouTube	25
1.3.2.3. YouTube como herramienta educativa para niños- Consumo de YouTube en niños	27
1.3.2.4 YouTube como plataforma de difusión cultural	29
1.4. Cultura Imbabureña	30
1.4.1. Pueblo Kichwa	30
1.4.1.1. Historia.....	30
1.4.2. Pueblos Afros.....	31
1.4.2.1. Historia.....	31
1.5.- Características de los pueblos Kichwa y Afro.....	31
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	34
2.1. Tipo de Investigación	34
2.1.1. Cualitativa.....	34
2.1.2. Cuantitativa	35
2.2. Técnicas e instrumentos de investigación	35
2.2.1. Preguntas de investigación y/o hipótesis	35
2.2.2. Participantes	36
2.2.3. Formula de la muestra para una población finita.....	36
2.2.4. Procedimiento y plan de análisis de datos	38
CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	39

3.1. Resultados Cuantitativos y Cualitativos de la investigación	39
3.1.1. Resultados de las encuestas a Padres de Familia	39
3.1.2. Focus Group	47
3.1.2.1. Focus Group de la institución Sánchez y Cifuentes:	47
3.1.2.2. Focus Group de la institución Rafael Suárez:	49
3.1.3. Análisis de las entrevistas	51
3.1.3.1. Entrevista Sra. Consuelo Terán de Suarez	51
3.1.3.2. Entrevista Especialista en Medios Digitales David Lema:	52
3.1.3.3. Entrevista especialista en educomunicación Msc. Ana María Beltrán	53
3.1.4. Análisis general de las entrevistas a especialistas	54
3.2. DISCUSIÓN	55
CAPÍTULO IV: PROPUESTA	57
CONCLUSIONES	68
RECOMENDACIONES	68
REFERENCIAS	70
ANEXOS	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	23
<i>Plataformas Sociales</i>	23
Tabla 2.....	25
<i>Ventajas y Desventajas de YouTube</i>	25
Tabla 3.....	36
<i>Instituciones</i>	36
Tablas 4	37
Entrevistados	37
Tabla 5.....	55
Resumen del cumplimiento de hipótesis	55
Tabla 6.....	59
<i>Contenido del Programa</i>	59
Tabla 7.....	61
<i>Estructura del programa</i>	61
Tabla 8.....	62
<i>Guion: Técnico del programa piloto</i>	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	20
<i>Definición de Docente Prosumer</i>	20
Figura 2	22
<i>Evolución de la Web</i>	22
Figura 3	29
<i>Tiempo en Redes Sociales</i>	29
Figura 4	31
<i>Características Pueblo Kichwa</i>	31
Figura 5	32
<i>Características Pueblo Afro</i>	32
Figura 6	34
<i>Ventajas de la Investigación Mixta</i>	34
Figura 7	39

<i>Unidad Educativa a la que pertenece su hij@</i>	39
Figura 8	39
<i>Género</i>	39
Figura 9	40
<i>Conocimiento de las plataformas digitales</i>	40
Figura 10	41
<i>Edad de uso de plataformas digitales por los niños y niñas</i>	41
Figura 11	41
<i>Plataformas favoritas</i>	41
Figura 12	42
<i>Tiempo en internet</i>	42
Figura 13	42
<i>Dispositivos electrónicos</i>	42
Figura 14	43
<i>Plataformas digitales como herramienta de aprendizaje</i>	43
Figura 15	43
<i>Contenido que le gustaría que consumiera su hijo/a con más frecuencia</i>	43
Figura 16	44
<i>Importancia de las plataformas digitales en el entorno educativo</i>	44
Figura 17	45
<i>Preocupación por el uso inadecuado de las plataformas digitales</i>	45
Figura 18	45
<i>Cree que es necesario que su hijo/a acceda a contenido sobre la cultura imbabureña a través de plataformas digitales</i>	45
Figura 19	46
<i>Frecuencia del consumo de información sobre cultura y tradiciones de la provincia de Imbabura por parte de su hijo/a</i>	46
Figura 20	46
<i>Aprobación para la realización y consumo de cultura de Imbabura por parte de sus hijos e hijas a través de videos con información, danzas de los pueblos y nacionalidades indígenas en YouTube.</i>	46
Figura 21	60
<i>Logotipo del canal de YouTube “Conociendo mis Raíces”</i>	60

INTRODUCCIÓN

Se hace necesario resaltar que la sociedad ecuatoriana se encuentra en una constante transformación digital debido a la aparición de plataformas y aplicaciones que entretienen, divierten, educan e informan con una visión de facilitar el acceso a nuevos espacios innovadores y sobre todo ser un referente en el aprendizaje y consumo diario de los niños y niñas.

Desde una edad temprana los infantes, empiezan a utilizar los diferentes dispositivos electrónicos, convirtiéndose en los personajes principales de una nueva civilización nativa digital. La cantidad de usuarios en las diferentes plataformas a nivel mundial supera expectativas, con cifras que aumenta cada año como lo reportan varios sitios webs y de información. Usuarios que utilizan las plataformas digitales como un espacio de compartir su información, contactos y pasar su tiempo libre navegando en la web.

En el Ecuador existen 14.6 millones de usuarios en redes sociales hasta el corte de enero 2022 presentando un incremento del 4.3% del año pasado. (Datareportal, 2022). Evidenciando que la creación de usuarios está en constante crecimiento y que las plataformas son el espacio favorito de la sociedad ecuatoriana. Por consiguiente, al realizar un análisis de las diferentes plataformas digitales, se tiene en cuenta que YouTube es una de las más utilizadas a nivel mundial, debido a que se lo denomina como un espacio amplio de contenido donde puedes encontrar una variedad de temas para elegir. Cuenta con canales de: reseñas, juegos, historia, información, y tutoriales que generan gran influencia en los niños, niñas, jóvenes y adultos ya que existen alrededor de 11.7 millones de usuarios en todo el Ecuador, datos recogidos hasta enero del 2022 (Datareportal, 2022). Estos canales compartidos por YouTube tienen una alta aceptación por todos sus usuarios, pero olvidan la función principal que se busca en la presente investigación la cual es la necesidad de impartir a los niños y niñas de la sociedad ecuatoriana contenido cultural de la provincia de Imbabura.

Por lo tanto, la presente investigación busca desarrollar algunas estrategias educ comunicativas en la plataforma YouTube para difundir contenido cultural imbabureño dirigida a niños y niñas de las escuelas del cantón Ibarra; Rafael Suárez y Sánchez y Cifuentes, con la finalidad de analizar las competencias mediáticas digitales de sus niños y niñas de 8 a 11 años de las escuelas mencionadas, además de estudiar la importancia de la aplicación de estrategias de educación digital para mejorar el aprendizaje cultural.

A demás, YouTube no cuenta con un canal orientado a este público objetivo y con características específicas como creativa, atractiva, diferente a los demás canales, que llame la atención de la niñez imbabureña, convirtiéndose así en la principal problemática de la investigación la cual se enfocará en construir un espacio en donde se difunda estos conocimientos porque en la actualidad, la sociedad imbabureña resta importancia en consumir contenido digital sobre temas de identidad cultural, esto se debe a las nuevas generaciones quienes han implementado en la sociedad nuevas tendencias y mensajes con lo que se identifican. Es notorio esta evolución, pues es una realidad que hoy a los niños y niñas ya no se les enseña sobre cultura o se realiza productos que llamen su atención y

los motive a querer ser parte de grupos de danzas folclóricas o por lo menos tengan un conocimiento básico y se de valor a la cultura de Imbabura.

En este contexto, es necesario mencionar que la educación mediática es un eje importante del cual hablar, de modo que es la forma en que las personas utilizan de una manera responsable y eficiente los medios digitales, las redes sociales y en este caso YouTube. Esto se direcciona a la educación de los padres, a como controlan el tiempo en la plataforma a sus hijos, si es que están tanto de los contenidos que consumen diariamente y el nivel educativo que aporta a su conocimiento. Así como lo menciona García et al. (2011) quienes ven a la educación mediática una obligación, ya que se considera una pieza fundamental en donde los medios colaboren con el aprendizaje, pero desarrollando las diferentes capacidades críticas, de opinión, de reflexión sobre los contenidos que nos brindan las diferentes redes sociales.

Por esta razón, si se habla de una educación moderna es con el objetivo que los niños y niñas puedan utilizar el internet de manera provechosa, puesto que vivimos en una era en la que no se puede prohibir su utilización, sino empezar con un cambio de conducta en la cual se pueda fomentar y orientar a la búsqueda constante de beneficios para su conocimiento cultural, ancestral y sobre todo no pierdan esa comprensión que hace valorar, respetar la cultura, la tierra en donde viven y que pertenecerán siempre. Y pensar en el aporte y desarrollo del país porque se demanda de ciudadanos participativos, analíticos y críticos y que mejor que empezar con los más pequeños del entorno.

En consecuencia, este proyecto pretende desarrollar estrategias comunicacionales para educar, informar y difundir sobre la cultura imbabureña a través de la danza, la música, su vestimenta, orígenes y evolución de los pueblos Kichwas y Afros donde se realizará la investigación con el aporte de estudiantes, padres de familia y docentes. Puesto que el objetivo es de manera conjunto desarrollar un producto que deje marca en los pequeños de esta sociedad. Para que esto funcione también es necesario que a través de los denominados “YouTubers” influyeran en la utilización del canal de forma enriquecedora y responsable para su educación y conocimiento sobre la cultura imbabureña. Un YouTuber tiene la capacidad para improvisar, cambiar y sorprender, además de alejarse tremendamente de la programación guionizada y hermética de los medios tradicionales. (Aran-Ramspott et al, 2018).

Este trabajo se divide en cuatro capítulos, en el primero se desarrolla un marco teórico enfocado en educomunicación, identidad cultural, YouTube, YouTube como herramienta de difusión, estrategias educomunicativas en YouTube. Aquí también se encontrará las teorías y conocimientos que servirán para fundamentar posteriormente la hipótesis y postura. En el capítulo II se encontrará la metodología, materiales y métodos que serán utilizados en la investigación y direccionarán para realizar un análisis de las diferentes problemáticas que se trató para construir el proyecto que favorece a la educación a través de estrategias educomunicacionales en YouTube. En el capítulo III se hallará la propuesta del proyecto, su intencionalidad, su contenido, su estructura, diseño y creación del canal titulado “Conociendo mis raíces” canal que tiene una apariencia moderna y divertida para

que los usuarios que ingresen al canal ya se sientan identificados desde el primer momento y empiecen a consumir el contenido. En el capítulo IV se observarán los resultados expuestos de diferente manera en tablas, textos y figuras de los métodos y herramientas que se utilizaron, como son entrevistas y encuestas a estudiantes, docentes y padres de familia para su posterior análisis y desarrollo de conclusiones.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Educomunicación

1.1.1. Evolución de la educomunicación

La educación ha experimentado una notable transformación a lo largo de los años debido a los diversos cambios tecnológicos, sociales y a la aparición de nuevas herramientas que facilita el internet. Esto influye directamente desde el modelo de enseñanza hasta la aceptación por parte de la sociedad de los productos innovadores que se han creado con el fin de no quedarse en lo tradicional. Las personas buscan una forma moderna, divertida, creativa y coherente para un mejor aprendizaje y mantenerse actualizado.

Las capacidades de los niños, jóvenes y adultos por cierta parte se ven influenciados por estos nuevos modelos de educación, que se los reconoce como un aporte positivo, tal es así que las personas con el fin de conocer y explorar cada vez más el mundo de la educación hacen que esta trascienda tanto su parte tradicional como la moderna. Pues la comunicación también juega una parte fundamental en el desarrollo de los seres humanos especialmente en los niños ya que es una actividad innata para poder relacionarse entre sí generando los diferentes mensajes para ser escuchados y la Educomunicación es la fusión de dos palabras importantes como lo vimos anteriormente quienes a través de los diferentes medios de comunicación tradicionales o digitales muestran a partir de producciones audiovisuales interactivas, diferentes herramientas que facilitan el aprendizaje en algunos espacios.

La Educomunicación además de ser la generadora de contenido para la difusión del conocimiento, para educar a una sociedad y a los medios. Como lo menciona Aguaded “El reto de la sociedad audiovisual no es otro que integrar los medios de comunicación en los procesos educativos para reflexionar sobre ellos, sus lenguajes, sus maneras de informar sobre el mundo y sus poderosas armas para recrearlo y «construirlo»” (2005, p.3). La educomunicación acogiendo a las producciones audiovisuales genera un impacto y mayor alcance a en la sociedad educativo con el objetivo de un cambio de paradigma y evolución en la forma de educar y del mismo modo un aprendizaje enriquecedor.

La educomunicación tiene varias definiciones que pueden esclarecer más su objetivo dado que se habla de un cambio social que distingue de modo preciso entre información y comunicación cosa que la educomunicación abarca en todas sus áreas como lo más importante para empezar un proceso de educomunicación.

La información es un acto unidireccional, orientado a la transmisión de datos, ideas, emociones, habilidades, etc. La comunicación, en cambio, es un proceso de dos aristas, con una estructura bidireccional para fortalecer el camino de las relaciones, aquí rige una ley de bivalencia: todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor (Pasquali, 1980). Existen así dos alternativas que llevan a la educomunicación a entenderlo como un campo de transformación en donde la sociedad puede experimentar, conocer o realizar su trabajo y a la vez ser uno mismo quien comparta los conocimientos con los demás,

convirtiéndose en un transmisor de información necesaria para el progreso cultural, intelectual y científico.

Dentro de la educomunicación se crean diferentes competencias que impulsan a los nuevos generadores de contenido educativo a prepararse y conocer cada vez más canales que propongan un cambio en la sociedad en cuanto a la educación y poder transmitir mensajes para la construcción y creación de nuevos espacios aptos para todas las edades, pero con un nivel participativo de aprendizaje alto. Como Mario Kaplún (1998) hace referencia a la educomunicación:

«(...) tendrá por objetivo fundamental el de potenciar a los educandos como emisores, ofreciéndoles posibilidades, estímulos y capacitación para la autogeneración de mensajes. Su principal función será, entonces, la de proveer a los grupos educandos de canales y flujos de comunicación – redes de interlocutores, próximos o distantes – para el intercambio de tales mensajes. Al mismo tiempo, continuará cumpliendo su función de proveedora de materiales de apoyo; pero concebidos ya no como meros transmisores-informadores sino como generadores de diálogo, destinados a activar el análisis, la discusión y la participación de los educandos y no a sustituirlas». (p.244)

Por lo tanto, la educomunicación y la comunicación deberán trabajar juntos para poder crear una sociedad autónoma, con intereses tecnológicos, científicos, generales que sepan formar y formarse en un mundo globalmente digitalizado con el conocimiento de nuevas herramientas debido a que es un campo del saber muy amplio, que abarca miles de aportes teóricos, de análisis, simbólicos, sociales ya que el camino de la educación no es más que recorrer un sinnúmero de trabas para poder construirse y ver a la educomunicación como algo más, es verla como un proceso de transmisión, de estructuras comunicativas culturales, informativas, simbólicas, tradicional, transformándose a otro nivel de educación mediática y ya no verla solo como una destreza sino ir más allá con el término de competencia cultural. (Montoya, A, 2018, p.26). Así mismo velar por la integridad y seguridad de toda la sociedad cibernética y crear nuevos aires dentro del presente, un movimiento, una reflexión y sobre todo una voz que dirija más allá de un futuro incierto sino más bien un futuro enriquecedor.

1.1.2. Estrategias educomunicativas para la niñez

Una de las características principales en la educación es el conocer con que materiales o estrategias vas a trabajar para lograr un óptimo aprendizaje y que este se adapte a los niños y niñas a quienes va dirigido y quienes por su parte evaluarán el resultado. El desarrollo de las habilidades cognitivas y sociales influyen mucho en el desarrollo de la elaboración de las estrategias educomunicacionales para la niñez; puesto que integra el trabajo en cuanto a sus aptitudes en relación a la información, en el desarrollo de estrategias que aportan a la memoria, atención, el razonamiento, la creatividad del niño y la niña cumpliendo así el objetivo de manejar un proyecto que obtenga resultados positivos sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje.

De modo que la intervención primordial del internet siendo este el actor principal de una revolución digital aporta completamente a la educomunicación, proceso que aporta al aprendizaje moderno y más elocuente en los niños.

El internet es un mecanismo para lograr que las sociedades estén conectadas a nivel mundial y la obtención de la información se la puede realizar fácilmente en pocos minutos, por esto es indispensable que el gobierno ecuatoriano pueda cumplir con el objetivo de la Agenda Educativa Digital que es lograr que todas las escuelas del país cuenten con internet, pero aunque es vital la implementación de esta nueva cultura digital, también es importante que todos los docentes ecuatorianos tengan como competencia el conocimiento y el manejo de las herramientas tecnológicas dentro de los salones de clases. (Caicedo, C et al., 2020, p.15)

Es necesario culturizar a niños y niñas hacia una educación coherente, estratégica y que tenga el debido proceso para no cometer errores. Aquello se logra con un buen manejo de herramientas y estrategias educomunicativas que beneficien a los infantes al momento de estudiar, pero ahora de una manera más didáctica, divertida e informativa.

Las estrategias educomunicativas deben cumplir con el objetivo inicial de la educomunicación, generar un impacto atractivo a través de los medios digitales con producciones audiovisuales que produzcan interés hacia los niños y niñas, y los lleve a profundizar los contenidos, analizar, reflexionar y en especial que el emisor de estos contenidos reconozca y oriente sus estrategias a las aptitudes del individuo para un óptimo aprendizaje.

1.1.3. Educomunicación en entornos digitales

La educomunicación se enfrenta a una serie de actualizaciones o adaptaciones debido a que pertenece a un entorno muy variado por la aparición del internet en especial con la Web 2.0 que permite la interacción a través de las plataformas digitales generando una mayor conexión la cual permite, ir más allá de lo imaginado, creando grupos para relacionarse, conversar, aprender y conocer sobre temas de interés social, político, cultural o también de entretenimiento e informativo. En realidad, el mundo digital es muy amplio y puedes navegar durante el día y la noche sin problema, a estos temas se le une la educomunicación para potencializarlos y llevar a la educación a otro nivel contribuyendo al aprendizaje la tarea de aprender nuevos conocimientos que no solo benefician al estudiante o interesado en educomunicación, sino también a los docentes de las instituciones.

Más aún, busca la aceptación de los demás, no con fines personales o de estándares sino educativos, una educación que enriquezca en conocimiento y no solamente les nutra de entretenimiento. La educación hoy en día se ha visto muy vulnerada por información falsa, por ciberacoso, contenido basura debido a que no se cuenta con una educación mediática, no se conoce los medios, no se conoce como empezar a realizar productos educomunicativos que de verdad aporten al intelecto de los niños y niñas y en esta ocasión es lo que verdaderamente se busca. Que los programas no sean solamente un programa más, se busca que sea un contenido que permanezca en los recuerdos de los usuarios, aquí se busca que la información trasciendan y que se quede en la memoria de los niños y niñas, de los jóvenes y hasta los adultos.

1.2. Comunicación digital

La visión del mundo real es ahora un nuevo paradigma que trasciende todo pensamiento, ilusión, conexión con el presente y lo lleva a las interconexiones digitales de la Web 2.0 vista más adelante en donde hace referencia a la presencia del internet como una nueva forma de comunicación, ahora mucho más dinámica y rápida a un mundo en donde puedes conversar con personas de otros lugares, crear nuevas formas para comunicarse como en redes sociales. Las redes sociales se convierten en la llave a una comunicación digital más extensa, monitoreada, amplia y no compleja para acceder a toda la información que se requiera.

Como Scolari (2008) hace referencia a la comunicación digital:

“La aparición de una nueva generación de medios digitales interactivos, ya no basados en la lógica del broadcasting sino en un modelo comunicacional totalmente innovador fundado en las redes y la colaboración de los usuarios, está desafiando nuestro conocimiento sobre los viejos medios de comunicación de masas”. (pp. 31-32)

En un mundo digitalizado con la colaboración de los usuarios, los medios interactivos se han puesto en primer lugar como herramientas de aprendizaje, difusión, comunicación para un mejor desarrollo cognitivo y educativo.

1.2.1. Competencias mediáticas digital en niños y niñas

En un entorno digital independiente, la ciudadanía tiene el derecho de conocer, de evidenciar, de realizar y obtener una comunicación libre, consiente y apta; de forma que los mensajes que se abordan transmitidos por los diferentes medios de comunicación y las plataformas digitales tienen que ser cuidadosos, ser bien ejecutados y estudiados con un fin de progreso. De manera que las personas se muestren libres de expresarse, de ser entes participativos para un desarrollo comunicacional y crear un lugar idóneo para una comunicación amplia de saberes.

Se puede definir la competencia mediática como un conjunto interrelacionado y complejo de conocimientos, destrezas y actitudes que nos permiten desenvolvernos eficazmente en el paisaje mediático, tanto para acceder, analizar y evaluar los mensajes como parte importante de nuestra cultura contemporánea, como para comunicarnos de un modo competente en un contexto mediático (televisión, películas, radio, música, medios de prensa, Internet, smartphones, etc.) gestionado por tecnologías digitales en constante evolución. (García, R et al. 2018, p.14-15)

La competencia en los diferentes campos virtuales se distingue por las capacidades que cada uno tiene y va adquiriendo a raíz de que la tecnología sigue avanzando. Lo mismo sucede con los niños y niñas en cuanto a información, para poder abordar y compartir los conocimientos que posee es necesario aprender más temas de intereses personales con ayuda del internet el cual, presenta herramientas que potencializan los conocimientos ya adquiridos en las escuelas con lo aprendido en la web a través de plataformas educativas que imparten información rica en conocimiento intelectual, formativo y científico.

De este modo todo individuo requiere una segunda o más fuentes de información para formar parte de un mundo mediatizado creando nuevas áreas de aprendizaje y convirtiéndose en el emisor de contenidos aptos para todo tipo de personas en las diferentes plataformas digitales aportando a la educación. Y a su vez aprendiendo con visión a seguir con sus actividades y aportar a sus conocimientos, generando estrategias a partir del proceso enseñanza-aprendizaje. Por lo que es necesario hacer mención de que existe una comunicación entre individuos que direcciona a un cambio en la formulación de conceptos, tal es el caso de que los usuarios ya no solamente consumen contenido de las plataformas sino también que ahora se convierten en prosumidores, definiendo así a los productores y consumidores de contenido. Es decir, a la vez que adquieren información también la comparten.

Este término nace desde la relación y la historia de cultivos y cazas originado por Alvin Toffler (1981), hace referencia a que el rol del consumidor es ejecutado al igual que el productor, todas las actividades que realiza uno hace el otro sin dejar de hacer sus propias actividades, la relación que hace y de donde nace es de los antepasados como por el inicio de la civilización donde las personas producían sus propios alimentos en las tierras, en los campos o la actividad de la caza y esos mismo productos los consumían; así nace el llamado prosumidor, donde el productor era a su vez el consumidor.

En términos comunicacionales se hace referencia a un trabajo de análisis, partiendo que es necesario un individuo inteligente que conozca su entorno, que realice varias actividades, un individuo multidisciplinario. Este realiza un trabajo constante, analizar y seguidamente producir mensajes que lleguen al usuario a partir de sus habilidades, a través de estrategia. Para lograr este trabajo se debe consumir diferente información, después prepararse en las áreas necesarias y luego producir contenido, seguido ser ellos mismo quienes compartan la creación de sus productos en un tiempo determinado lo que prontamente se convertirá en beneficio para los diferentes usuarios.

La guía frente a este proceso de comunicación mediática es brindar las pautas necesarias para crear nuevos prosumer que ingresen a los diferentes medios digitales y generen un contenido apropiado para siguientes generaciones.

Figura 1.

Definición de Docente Prosumer

P	Productor de nuevos contenidos a partir de la organización de los recursos necesarios para generar contenido creativo e innovador.
R	Revisor de los materiales y contenidos didácticos que utiliza para sus propuestas didácticas, desde una mirada crítica, reflexiva y plural.
O	Observador del proceso de producción y difusión del contenido que transmite y facilita a su alumnado y su impacto, teniendo en cuenta las características, necesidades y preferencias de su audiencia, así como las emociones que en ellos provoca.
S	Seleccionador de contenidos y recursos adaptados a la era tecnológica y a las nuevas formas de aprendizaje asumidas en el currículum actual, enfocadas hacia metodologías activas y participativas.
U	Unificador de criterios de calidad, equidad, inclusión y difusión de los recursos que elabora para el aprendizaje de los contenidos, actitudes y valores establecidos para cada sesión didáctica.
M	Manipulador de herramientas digitales adaptadas a los nuevos medios de comunicación y a las características de los nuevos mensajes y productos mediáticos.
I	Identificador de estereotipos, malas prácticas, abusos y falta de veracidad de algunos mensajes y contenidos que se distribuyen a través de los medios de comunicación y de los materiales didácticos.

D	Dinamizador de la comunicación y la interacción eficaz y responsable que los niños y jóvenes establecen a través de los medios, las redes sociales y las tecnologías, dentro y fuera del contexto educativo.
O	Organizador de los recursos docentes necesarios para la producción de contenidos audiovisuales creativos, críticos y responsables, favoreciendo la participación democrática de docentes y estudiantes en la cibernsiedad.
R	Realizador de nuevos mensajes y contenidos, asumiendo la responsabilidad de cuidar la calidad tecnológica, epistemológica, artística, ética y moral del producto final.

Fuente: García, R et al. 2018

De este modo, los niños y niñas inmersos en una comunicación digitalizada podrán comprender y aprender mucho mejor los conocimientos en un contexto más dinámico con las nuevas herramientas que optarán y compartirán los nuevos prosumidores ya que son individuos capacitados en el manejo de los medios de comunicación y en más aspectos digitales, esto generará un buen servicio, contenido y a su vez información. También los niños y niñas que buscan convertirse en generadores y consumidores de contenido lo pueden hacer a través del docente, prosumidores o autónomamente al consumir información de las plataformas digitales en un caso puede ser YouTube y luego producir su propio contenido. Ahora toda la sociedad está ligada al internet por ende es necesario estar al tanto de lo nuevo y adaptarse a los nuevos cambios que se lleguen a dar en esta era digital en la que se vive.

1.3. Plataformas digitales

La tecnología se convierte en la idea principal para realizar y crear un sinnúmero de plataformas, sitios webs y programas que generen cambios dentro de la sociedad. Se convierten en un espacio amplio de información para poder satisfacer las necesidades de los usuarios ya que cuentan con poderosas herramientas que les servirá en su búsqueda y les facilitará la realización de tareas dependiendo los gustos, la necesidad y el interés de cada

consumidor con tan solo proporcionar la información personal del beneficiario o generador de contenido. Por esta razón, las plataformas digitales cada vez cuentan con más instrumentos actualizados que beneficiará al usuario para una mejor navegación y encuentren lo que requieren.

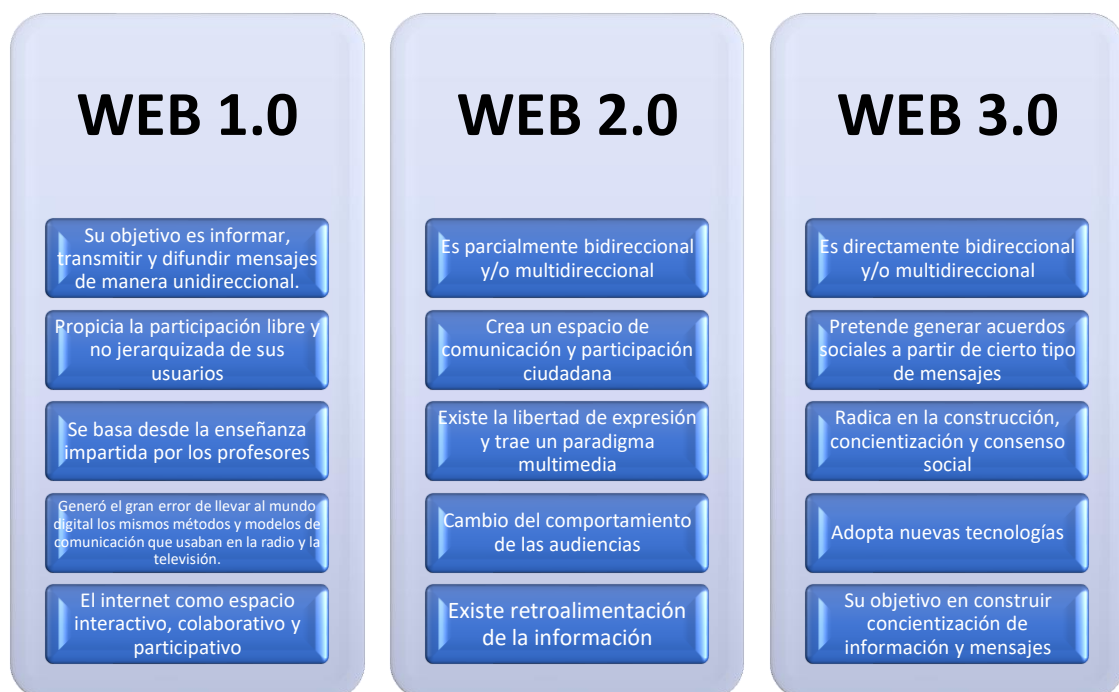
Existen diferentes tipos de plataformas; las sociales, educativas, de comercio, especializadas, etc. Y son ellas las que permiten la clasificación y la evolución de la web y las redes sociales para brindar un mejor desarrollo educativo.

Internet transformó todo el entorno mediático que existía anteriormente al incluir múltiples canales y espacios, provocando nuevos tipos de experiencias, interacciones y por supuesto, conversaciones, por lo que la comunicación empezó a sufrir una transformación notable en sus elementos, objetivos, discursos, procesos, intereses, beneficios y pensamientos, logrando establecer diferentes niveles y por lo tanto, diferentes tipos de interacciones que han caracterizado a la web 1.0 y 2.0, y ahora, empiezan a caracterizar a la web 3.0. (Túnez, 2018, p.63)

Basado en ello, la transformación y diferencias de la web 1.0, web 2.0 y web 3.0 abarcan cambios que sobresaltan también la evolución de las redes sociales:

Figura 2

Evolución de la Web



Fuente: Elaboración propia basada en Túñez-López, M., Costa-Sánchez, C. y Valdiviezo, C. (2018)

1.3.1. Redes Sociales

El progreso alcanzado por la tecnología en los últimos años ha generado que las redes sociales se conviertan en el motor de una sociedad consumista de internet, de una humanidad dependiente de los medios digitales para indagar cualquier tema de interés. También existen los creadores de contenido los llamados influencers quienes utilizan las redes sociales como su herramienta de trabajo con el fin de vender sus productos o vender su imagen.

Las redes sociales son un medio en el cual puedes interactuar, conocer, trabajar, investigar y desarrollar actividades fácilmente desde la comodidad de tu celular, puedes visualizar contenido de entretenimiento, informativo, cultural, serio, deportivo, etc, que cambia la perspectiva de la comunicación tradicional y genera consumo de contenido de todo tipo apto para todas las edades. Canelo menciona que “Las redes sociales son sitios web que permiten a los usuarios entrelazarse para poder comunicarse entre sí, con los amigos que se encuentren dentro de su propia red, en la cual pueden intercambiar fotos videos, mensajes instantáneos” (2010, p.7). Las interrelaciones inmediatas no eran de lo muy cotidiano en la antigüedad, antes para lograr que un mensaje llegue al destinatario se demoraban días, semanas, en cambio, ahora solo con un clic el mensaje llega muy rápido al destinatario.

Las redes sociales han transformado la vida de los seres humanos y esto se evidencia en las actitudes de los usuarios. Aunque ahora el uso de las redes sociales es muy abierta y extenso, es necesario ver su transformación de hace 10 años atrás, las aplicaciones que se utilizaban, ahora resaltan mucho más y se duplica su número. Es esencial mencionar la acogida que ha tenido las diferentes redes sociales en cada uno de los espacios con sus usuarios; la interacción, la creación de nuevas áreas atractivas han generado un compartir entre todas las redes sociales y personas de todo el mundo que consumen esta variedad de contenidos. Considerando que las redes sociales no solamente se utilizan como un medio para navegar, conocer gente y entretenerse, las redes sociales también son una nueva herramienta de trabajo que beneficia en todo sentido la mejora de la compañía, los trabajos online y las diferentes actividades que abarca un diario, además de proporcionar un trabajo claro, eficaz y bien hecho.

Entre las plataformas sociales más reconocidas se encuentra Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp y en educativa un claro ejemplo es YouTube.

Tabla 1

Plataformas Sociales

PLATAFORMAS SOCIALES	
PLATAFORMA	DEFINICIÓN

Facebook	Es considerada una red social, la red de amigos. Aquí las personas pueden comunicarse con más individuos alrededor de todo mundo y es un lugar donde puedes aprender, informarte y divertirte.
Twitter	Permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves, generalmente solo de texto. Permite comunicarse y compartir contenidos en tiempo real desde cualquier parte del mundo a través de internet.
Instagram	Red social que facilita la creación, edición y publicación de fotografías y videos. Además sirve como medio de comunicación.
WhatsApp	Es una aplicación de mensajería instantánea muy popular utilizada en varias plataformas y de uso personal o empresarial.
YouTube	Plataforma que permite subir y visualizar videos. Es considerada herramienta de aprendizaje, esto se debe a que brinda una enseñanza multimedia motivadora y didáctica

Fuente: Elaboración propia basado en: Espinel Rubio, G, et ál. 2020), Fernández, E. (2021), Medina, F. (2020), Lozano, M. B. G et al. (2019), Maraza-Quispe, B, et al. (2020).

1.3.2. Plataforma YouTube

1.3.2.1. Origen

La información cumple un papel fundamental desde siempre en la historia y sobre todo con la transformación diaria de la web. Esto crea un concepto en las actividades que se realiza, nuevos comienzos, niveles de información y herramientas para poder trabajar con algo nuevo, innovador y en armonía consigo mismo y en el equipo de trabajo.

Inspirados por estas razones y fomentando la innovación de la información se crean las famosas plataformas web y las cuales destacan productos que convierten al mundo digital, un lugar de información, de entretenimiento y difusión donde se pueda compartir de manera

gratuita y amplía los diferentes contenidos que proporcionan estas plataformas. Es así como se origina en el 2005 la plataforma más reconocida a nivel mundial llamada YouTube. Un novedoso y exitoso sitio web que propone un contenido apto para todo público con la publicación de vídeos musicales, clips de películas o programas de televisión y además, da la oportunidad al usuario de subir y compartir su propio contenido, únicamente creando una cuenta a través de Google y así poder acceder a todas las herramientas que proporciona YouTube. (Fernández, 2017, p.8). A YouTube se le ha caracterizado como una de las herramientas más eficientes, interactivas y beneficiosas que puede aportar directamente con la enseñanza-aprendizaje en el círculo social en el cual se maneja y a raíz de esto tener en cuenta las debidas precauciones de los contenidos que se comparten a través de la plataforma ya que existe el peligro de sobreexponerse en los videos o sobreexponer a las demás personas sin una autorización previa. Frente a la seguridad de los usuarios se es necesario tomar medidas que cuiden la integridad y el conocimiento de las personas. Como Burgess y Green que señalan:

Cada plataforma específica también media, coordina y controla el contenido y las interacciones de una manera específica; y cada uno tiene su propia cultura distintiva de uso. De hecho, ya no tiene mucho sentido hablar de “la web” o “Internet” o “video” sin referencia a plataformas específicas. Es importante comprender las ventajas distintivas de cada plataforma, sus culturas de uso y normas sociales, y cómo la coevolución de sus modelos de negocios, tecnologías y usos está dando forma y remodelando los medios y la comunicación. (2018, p.14).

El número de usuarios convierte a YouTube en un exponente de las redes sociales y el favorito en especial de los jóvenes. La preferencia principal dentro de los contenidos de la plataforma es la música, más del 50% de usuarios en su barra de búsqueda aplican a la suscripción de canales de artistas y seguido buscan contenido de baile. De esta forma es notorio que YouTube alcanzó grandes espacios en la web y es notorio en la revelación del número de sus usuarios el cual es de 2,500 millones de usuarios, y esa cifra aumentó en un considerable 11,9 % en comparación al año anterior. (Datareportal, 2022)

1.3.2.2. Ventajas y desventajas del uso de YouTube

Los usuarios son fieles creyentes de que YouTube es el futuro y una plataforma que trasciende desde su creación en 2005 con su acceso libre a los contenidos que aporta. A continuación, se observará algunas de las ventajas y desventajas de YouTube para su posterior análisis.

Tabla 2

Ventajas y Desventajas de YouTube

YOUTUBE	
VENTAJAS	DESVENTAJAS

Es fácil de manejar	Es un espacio público
Su utilización es gratis	Existe información no verificada
Permite el acceso a una variedad de contenidos e información de todo tipo.	No cuenta con canales educativos bien desarrollados sobre cultura
Es rápida, eficiente y útil	Tu cuenta puede ser inhabilitada en cualquier momento
Es informativa, instructiva, evaluadora, e investigadora.	Cualquier anunciante puede poner publicidad de sus contenidos
Es interactiva, lo que promueve una actividad intelectual más atractiva para los usuarios.	Los haters y trolls siempre estarán pendientes
A través de los videos refuerza el conocimiento y aprendizaje de un tema a elección.	El tráfico no te pertenece
Es buen motor de búsqueda para tus intereses	No hay retroalimentación inmediata.
Ideal para crear una audiencia y tener suscriptores	Crea un momento de distracción sino organizas bien tu tiempo
Ideal para compartir información y a partir de ello tener la oportunidad de monetizar tu contenido nuevo.	Cualquier persona puede compartir tus videos, no existe seguridad cibernética
Puedes crear un canal educativo que tenga un buen alcance a nivel mundial	Existen requisitos para monetizar tu contenido con anuncios
Desarrolla autonomía de aprendizaje	Los videos pueden ser descargados y usados sin permiso

Es de alto interés y motivación para el estudiante	Existen restricciones y reglas que pueden afectar a la publicación de tus videos
Promueve la realimentación del aprendizaje de las aulas	Los anuncios en los videos, lo que genere que se convierta en algo molestos
Desarrolla habilidades de búsqueda y selección de la información	Existen canales con contenido inapropiado
Mejora las competencias de expresión y creatividad.	No hay seguridad para que los niños consuman libremente estos productos audiovisuales.

Fuente: Elaboración propia basado en: González, M, González, S, Hernández, V, (2017) QUIERO UN BLOG (2022), Infografía YouTube.

YouTube como plataforma digital es viable para la realizar canales educativos, entre más actividades como el compartir videos personales, compartir temas culturales, científicos y de intereses que aporten a la identidad de las personas para potencializar el consumo cultural.

1.3.2.3. YouTube como herramienta educativa para niños- Consumo de YouTube en niños

Las redes sociales se convierten en la actividad favorita por los niños y niñas de los distintos lugares del mundo; tal es así por la influencia que ha tenido el internet desde su aparición con las diferentes plataformas proporcionan una navegación más rápida, eficiente y productiva, además de las diferentes herramientas que presentan estas plataformas para una experiencia distinta a comparación de lo tradicional. Los entornos digitales son una nueva visión acompañados de productos audiovisuales que facilitan el aprendizaje de los niños y niñas quienes son los actores principales de una educación moderna, digitalizada y actualizada a los nuevos modelos de comunicación con el fin de que se obtenga una mejor información.

YouTube al ser considerada una de estas plataformas más reconocidas por su variedad de contenido educativo y de entretenimiento, crea nuevos lineamientos que permiten a la sociedad a experimentar nuevos puntos de educación ampliamente con otras visiones diferentes a lo tradicional, con un enfoque directo a una educación transformada y apoyados claramente con lo audiovisual. Lo audiovisual se convierte en la parte esencial y fundamental para un mejor aprendizaje de los niños y niñas ya que es aceptado como una de las formas

más divertidas para aprender, conocer y difundir contenido de preferencia de los usuarios y a su vez, consumir la información que se plasma directamente de las otras plataformas digitales. “Desde un punto de vista educativo, YouTube allana el camino para usar materiales de vídeo apropiados para promover valores morales y el desarrollo moral” (Koh, 2014, p. 619). YouTube abarca un sin número de temas que no te ayudan solamente a obtener conocimiento sobre un tema, sino también sembrar en uno los valores.

En una era digitalizada es necesario distinguir los temas educativos o de interés social plasmados en videos que podrás repetir y observar cuantas veces quieras para fortalecer el conocimiento y a partir de ello enriquecerse de información, también mejorar y cambiar la manera de pensar, de sentir, de percibir la vida y la educación modificando una sucesión de actividades que llevan a la educación a otro nivel debido a las herramientas que realzan estos videos.

Las herramientas que cambian la perspectiva de la educación y la hacen más amena son consideradas un boom de lo moderno ya que en cada video o también llamado producción audiovisual presentan imágenes, textos, sonidos, movimientos, efectos en la información y el aporte educativo, esto facilita y origina una interacción con los usuarios para que no sea una comunicación monótona y aburrida, generando también un feedback que aporte para un mejor desarrollo de enseñanza y aprendizaje entre el generador de contenido y los niños y niñas de todo el mundo, todo esto a través de la tecnología y nuevas herramientas educativas.

Este proceso educativo con la utilización de audiovisuales para un mejor aprendizaje conjuntamente con el consumo de videos sobre otras temáticas por parte de los usuarios de YouTube entre ellos jóvenes, niños y niñas, buscan como nueva generación usar las redes sociales como un aporte para su conocimiento, una generación nativa digital que su educación es aportada con grandes conceptos, información, metodologías, investigaciones y herramientas para un desarrollo sin restricciones y con más aporte intelectual. Funciona como un mediador del aprendizaje autónomo para todos y todas y sobre todo como un conocedor del aprendizaje digital que basa sus conocimientos dependiendo sobre todo del desarrollo del internet y como este ha ido evolucionando y poniendo sobre la mesa a YouTube como plataforma educativa multidisciplinaria que da un aporte a la educación con un fin de mejora y desarrollo digital.

El consumismo digital se plasma en el poder que tienen las redes sociales para influenciar a partir de su contenido y a través de los influencers quienes son los principales protagonistas en crear una nueva realidad en la vida personal de los usuarios.

Los niños y las niñas con el deseo de conocer sobre lo que piensan, lo que dicen sus influencers favoritos empiezan un uso constante de la plataforma de YouTube para ir más allá de lo conocido, ser influenciados y seguir una serie de patrones que los acerquen a los youtubers a ser como ellos o dejarse guiar por sus opiniones y comentarios. En consecuencia, los principales contenidos emitidos por estos ídolos Youtubers se encaminan por un mundo de humor, videojuegos, a veces controladas y en otras ocasiones sin cuidar el lenguaje ni el contenido, esto hace pensar que no existe ningún valor o respeto a quien está tras de la pantalla (Arellano, R, et ál. 2020). En el ámbito educativo, tomando en consideración el

aspecto pedagógico se busca creadores de contenidos que aporten no solo en el accionar de la vida de los usuarios sino más bien aportar con conocimiento rico en cultura, investigación, saberes ancestrales, aportes que se vean reflejados en una sociedad consumista, que eleve los estándares comunicacionales y sobre todo el funcionamiento en la sociedad reflejada en seres preparados, conocedores de cultura general y con capacidades intelectuales.

El consumo de contenido en plataformas digitales se refleja en las estadísticas, especialmente en el caso de YouTube. A lo largo de los años, se ha observado que los niños y niñas se encuentran consumiendo su contenido de diversas maneras. Algunos lo ven como un momento de ocio, otros lo utilizan para explorar videojuegos o aprender nuevas cosas. YouTube ofrece una amplia lista de audiovisuales que cumplen con las expectativas de los usuarios. Cabe mencionar que YouTube no es la única plataforma digital que produce contenido audiovisual para un desarrollo intelectual óptimo; existen Facebook, Blogs, Twitter, Instagram y alguna página web. Sin embargo, YouTube destaca por su amplia aceptación en términos de contenido audiovisual variado, como se mencionó anteriormente. Ahora, se visualizará el aumento en su uso en comparación con otras redes sociales y los tipos de contenido más populares entre los usuarios de YouTube, teniendo en cuenta que abarca desde niños hasta adultos.

Figura 3

Tiempo en Redes Sociales



Fuente: Datareportal (2022)

1.3.2.4 YouTube como plataforma de difusión cultural

YouTube es un excelente ejemplo de este tipo de plataformas, debido a que fomenta nuevas formas socio-culturales a través de contenido audiovisual. Este contenido cuenta con texto, videos, efectos y su dinamismo. Es un trabajo que requiere de mucha responsabilidad porque el difundir información que sobre todo es trascendental, es un deber que se convierte necesario como el continuar con este legado y transformar la sociedad ecuatoriana a una

sociedad incluyente, cultural y empática. Una responsabilidad que no solo es de los que difunden la cultura sino, una responsabilidad de todos como entes principales de un país y una tierra que quiere que su cultura continúe y sea valorada, respetada y sobre todo cuidada.

Lo cierto de todo esto es que YouTube al ser una herramienta poderosa en la sociedad, es responsable de que la información llegue correctamente, siendo directa, dinámica y con un mensaje fuerte que aporte al objetivo de la difusión cultural a todos los usuarios, este es el enriquecimiento de la cultura, el conocimiento sobre su historia y la importancia de conocer sobre sus raíces.

Las redes sociales han sido los voceros en los últimos años por su gran alcance en la vida de los usuarios, siendo los principales influenciadores en el comportamiento y una guía sobre que consumir durante su navegación.

La cultura de nuestros días ha desarrollado nuevos contenidos y al mismo tiempo nuevas formas de entender y percibir estos contenidos. Del logocentrismo y textocentrismo de la cultura letrada clásica, hemos pasado a una nueva forma de crear y percibir con la interacción de otros códigos, nuevos lenguajes y modernos soportes. El Internet ha dado pie a nuevas concepciones de transmedialidad o transliteracidad, que involucran, más allá de lo impreso, a lo audiovisual, las que se manifiestan en las nuevas prácticas culturales. (Castillo, 2020, p.23)

El internet es el generador de contenido más grande de la historia gracias a la creación de las plataformas digitales que crean una nueva visión del mundo intelectual y social dentro de la historia, además, crea una nueva etapa en la que las personas ya no solo consumen información sino crean una cultura y a su vez la comparten. Pero sobre todo lo más importante de la difusión cultural es el no modificar la cultura base debido a que la función de las plataformas digitales no es crear nuevas culturas sino difundir la cultura propia del país, que esta trascienda, las nuevas generaciones se apropien de estos términos y continúen con su difusión.

1.4. Cultura Imbabureña

La cultura de un pueblo tiene la capacidad de trascender y transmitir su información a las nuevas generaciones. Con la iniciativa de buscar conceptos que ayuden a comprender ciertas definiciones, se logra un mejor entendimiento de origen cultural. Entre estas definiciones, se destacan temáticas importantes para hablar de cultura, como los valores culturales, deberes y derechos culturales, la vestimenta, el idioma y las tradiciones. Al abordar estos puntos, se facilita el acercamiento a la cultura Kichwa y Afros, logrando una comprensión más profunda y accesible.

1.4.1. Pueblo Kichwa

1.4.1.1. Historia

Uno de los hitos más importantes para entender la historia Kichwa con relación a su origen es la lucha a través de la historia que atravesó por todas las opiniones, ideas, críticas que se remonta antes de la expansión inca pero que logra el reconocimiento por los ecuatorianos por su valentía, su trabajo, porque a través de su lucha consigue cambios en

ciertos aspectos de la historia como son políticos, económicos, religiosos que tuvieron incidencia en la aprobación de sus derechos y de llevar una vida plena como un grupo cultural (Benítez et ál , 2016). Otro de los hechos más importantes para entender su historia es la recuperación de las fiestas del Inti Raymi, aquí se estudia y se hace un breve análisis sobre la riqueza de estas fiestas y de sus símbolos que son la principal identificación de estos pueblos y hay que resaltar que, gracias a estos parámetros culturales propios de la cultura, la identificación y uso de signos espirituales existentes en la fiesta, permitió que toda una comunidad reconstruya su patrimonio. (Maldonado, 2005) Para el pueblo Kichwa de la provincia de Imbabura una de las festividades culturales más importantes es el Inti Raymi, una fiesta que se celebra al sol y representa un momento de agradecimiento por la cosecha e inicio de un nuevo ciclo agrícola. Además, el pueblo kichwa cuenta con otras festividades muy importantes las cuales son Pawcar Raymi, Colla Raymi, Tupac Raymi.

1.4.2. Pueblos Afros

1.4.2.1. Historia

El origen de los pueblos afros es fuerte, su ubicación ya se encontraba desde el inicio de la colonización en donde su territorio ahora América tenían fines de esclavismos para realizar trabajo forzoso. Así lo menciona Antón (2014):

En Ecuador, la historia de los afrodescendientes empieza en el siglo XVI cuando comenzó la esclavización en América. La esclavitud de africanos que se produjo entre los siglos XVI y XIX en las colonias americanas constituye un fenómeno funcional de lo que hoy se conoce como la diáspora africana en América de la cual forman parte los afrodescendientes del Ecuador. (p.14)

Las tradiciones, idioma, vestimenta fue lo único que no perdieron, ya que al ser desterrados de su hogar los impulsó a buscar un espacio donde se sientan cómodos y puedan adaptar todas sus características culturales. Ahora forman de los afrodescendientes del Ecuador.

Ahora en términos locales estos asentamientos se originaron en específicas provincias con fines de desarrollo ya sea a partir de un trabajo forzoso, pero se establecieron en los lugares a continuación mencionados: “Los asentamientos propios de la trata de personas cautivadas en el continente africano están ubicados en las provincias de Imbabura, Carchi y Esmeraldas. A estos asentamientos se les conoce como ancestrales debido al asentamiento y desarrolló el pueblo afroecuatoriano” (Luna y Gonzaga, 2019, p. 44). A su vez el pueblo afro ha aportado no solamente en el trabajo como esclavos sino también como en riqueza cultura; la música, gastronomía, danza, etc.

1.5.- Características de los pueblos Kichwa y Afro

Figura 4

Características Pueblo Kichwa



Su lengua es el kichwa



Su baile tradicional es el San Juanito



Las mujeres elaboran materiales a través de técnicas de hilado, tejido, bordado y cerámica.



Las mujeres se encargan del cuidado y la salud de los niños, así como su desarrollo a través de la preparación de alimentos



La vestimenta de las mujeres son blusas blancas bordadas, anaco o falda de colores oscuros y fachalina blanca o negra, pieza de tela que cubre el torso. Los hombres visten camisa y pantalón blanco y como complemento poncho azul de lana de oveja tejido a mano.

Fuente: Elaboración propia basado en: Maldonado, A (2020). Imágenes cortesía de Internet

Figura 5

Características Pueblo Afro



Tiene bailes tradicionales como bailes muy tradicionales son también “la angara”, “el puro”, “la zafra”



La vestimenta típica es muy colorida, las mujeres tienen faldas anchas y largas, el delantal, blusas con volos y adornos de encaje.



Los hombres y mujeres de esta comunidad cantan relatos y poemas, acompañando sus interpretaciones con movimientos rítmicos del cuerpo



Su instrumento principal llamado “bomba” que da nombre a la música típica del valle del chota y cuenca del río Mira.



Su comida es elaborada con productos que da la tierra, mediante la agricultura como el guandúl, la yuca, el camote, sancocho, gruineo, etc.

Fuente: Elaboración propia basado en: Gonzaga y Luna (2019). Imágenes cortesía de Internet.

Ecuador es altamente rico en cultura, posee una variedad de características ricas en cultura; sus tradiciones, bailes, música, danza y actividades que realiza cada pueblo las hacen a cada pueblo único y diferente.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

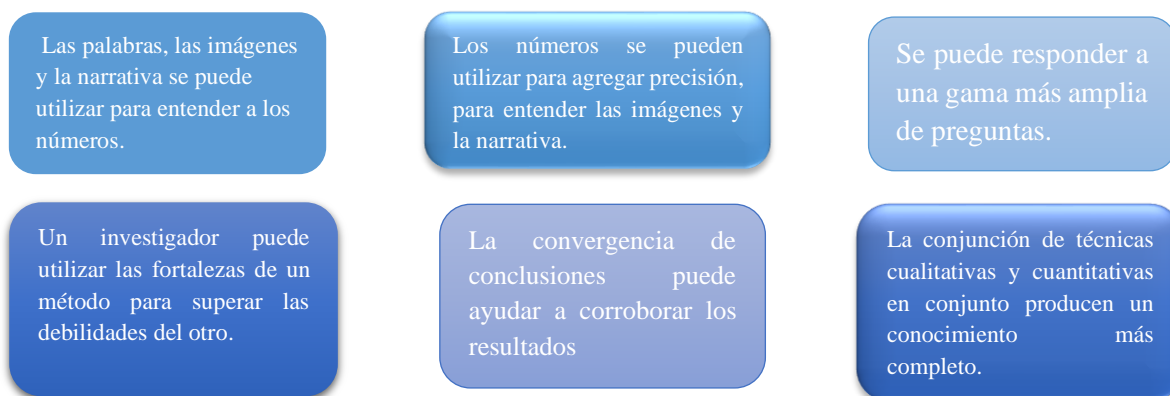
En el siguiente apartado se describe la metodología utilizada en la investigación. Dentro de ella se hizo uso de instrumentos y técnicas que sirvieron para realizar un óptimo levantamiento de datos e información necesaria para la investigación.

2.1. Tipo de Investigación

El presente estudio realizó una investigación mixta (cualitativa y cuantitativa). Con el objetivo de obtener datos e información útil para fortalecer el conocimiento del investigador y tener un valor completo del fenómeno a investigarse lo cual permitiría que la investigación trascienda y genere mayor impacto en la sociedad. “Las metodologías mixtas se están utilizando cada vez más porque son complementarias, y adicionalmente generan y verifican teorías, amplían la confianza, validez y comprensión de los resultados” (Chaves, 2018, p. 35). Las investigaciones mixtas proporcionan una ventaja al investigador por la complementariedad que proporciona y presentan los datos de ambos métodos. Algunas ventajas que brinda la investigación mixta son:

Figura 6

Ventajas de la Investigación Mixta



Fuente: Elaboración propia basada en Chaves, A. (2018)

2.1.1. Cualitativa

Las investigaciones cualitativas producen preguntas antes, durante o después de la recolección y análisis de los datos, esto correspondiente a como se mueven los hechos y la diferente interpretación que se dé debido a que no siempre va a ser la misma dinámica porque varía del objeto a investigar (Torres, 2019). En la investigación se realizó entrevistas semiestructuradas para dar la profundidad a los temas a desarrollarse, puesto que, aparte de tener una guía de preguntas la entrevista tomó la dirección necesaria para que los entrevistados pudieran aportar con su conocimiento y argumento.

2.1.2. Cuantitativa

Las investigaciones cuantitativas permiten al investigador la obtención de datos exactos que le faciliten el análisis y explicación que se dará posteriormente de la recolección de los datos numéricos. “El producto de una investigación de corte cuantitativo será un informe en el que se muestre datos clasificados, sin ningún tipo de información adicional que le dé una explicación, más allá de la que en sí mismos conllevan” (Sarduy, 2007, p. 5). No es necesario ninguna información extra a la que se obtiene a través de las encuestas.

2.2. Técnicas e instrumentos de investigación

Para este estudio se determinó las encuestas, como una técnica factible para la recolección de datos fácil, rápida y certera. “Es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad, explorar la opinión pública y los valores de vigentes en una sociedad, temas de significación científica y de importancia en sociedades democráticas” (Grasso, 2006, p.13). Por lo tanto, el instrumento que se utilizó fueron los cuestionarios los cuales se envió a los padres de familia de manera online de las escuelas Rafael Suárez y Sánchez y Cifuentes para que realicen su aportación personal con respecto a las preguntas realizadas sobre cuánto conocen sus hijos/ hijas de la cultura de Imbabura, las plataformas y redes sociales más utilizadas, música tradicional y moderna, YouTube.

Además, se aplicó entrevistas semiestructuradas con el propósito de obtener aportes significativos por parte del especialista en Educomunicación, así como de un representante del ámbito cultural y en medios digitales. Las entrevistas funcionaron como una forma de buscar los factores profundos de la personalidad del entrevistado en base a una ideología y raíz de ello poder realizar una investigación a otro nivel. (Valles, 2003). La entrevista se realizó a una especialista en el área cultural específicamente imbabureña, a una especialista en educomunicación y a un especialista en medios digitales para conocer su perspectiva sobre el uso de redes sociales y la factibilidad de crear un canal de YouTube para niños y niñas donde se imparta cultura de Imbabura. Por último se realizó un focus group en cada institución con un número preciso de niños con el objetivo de percibir y analizar el impacto que generan estos temas culturales en los niños y niñas y sobre todo saber si lo conocen. “El focus group resulta interesante para la evaluación de proyectos o de programas. Se puede utilizar, al término de un programa para evaluar su impacto, permite comprender, analizar y diseccionar el fundamento de las opiniones expresadas por los participantes” (Escribano, García, 2029, p.20). Esta metodología ayudó a captar las opiniones de los niños y niñas y generar un mejor desarrollo del proyecto, más acertado.

2.2.1. Preguntas de investigación y/o hipótesis

En la presente investigación se tiene las siguientes hipótesis:

- Los niños y niñas de 8 a 11 años aprenden más rápido a través de herramientas digitales en comparación a la educación tradicional.
- Los infantes prefieren consumir contenido relacionado a las nuevas tendencias

musicales como el reguetón y el pop.



- Los niños y niñas de 8 a 11 años no consumen contenido cultural porque desconocen los temas relacionados a sus raíces como las tradiciones, música, vestimenta y danza.
- La mejor forma de aprender para los niños y niñas de 8 a 11 años acerca de la cultura de la provincia de Imbabura es a través de un contenido audiovisual de entretenimiento en YouTube.
- No existen canales de YouTube para niños que difundan contenido sobre cultura imbabureña.

2.2.2. Participantes

La población a quién se realizarán las encuestas son únicamente a un porcentaje de padres de familia de las escuelas Sánchez y Cifuentes y Rafael Suárez.

Tabla 3

Instituciones

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN
 <p>Sánchez y Cifuentes</p>	<p>La Unidad Educativa Fiscomisional Salesiana “Sánchez y Cifuentes”, empezó con 10 alumnos en el año 1943. En la actualidad cuenta con 1719 alumnos matriculados en este último periodo académico. La institución se ubica a una cuadra de la Basílica de la Dolorosa.</p>
 <p>Rafael Suárez</p>	<p>La institución se fundó el 13 de octubre de 1981 con 40 estudiantes: 20 en primero y 20 en segundo grado. Ahora cuenta con más 1200 estudiantes. La institución se encuentra ubicada en los Ceibos</p>

Fuente: Elaboración propia

2.2.3. Formula de la muestra para una población finita

Para el cálculo de la muestra se aplicó la fórmula a las poblaciones finitas. La población estudiada comprende a los padres de familia que forman parte de quinto, sexto y séptimo de las escuelas Rafael Suárez y Sánchez y Cifuentes del cantón Ibarra.

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

En donde:

N = Tamaño de la muestra (692)

Z = Nivel deseado de confiabilidad (1.96)

P = Probabilidad de ocurrencia (0.5)

Q = probabilidad de que no ocurrencia (0.5)

e = Error de muestreo (0.05)

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + N * e^2}$$

$$\begin{aligned} n &= \\ &= \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 692}{1.96^2 * 0.5 * 0.5 + 692 * 0.05^2} \\ &= 246 \end{aligned}$$

Con un tamaño de la población de 695 estudiantes aproximadamente entre las dos escuelas, un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, el tamaño de la muestra es de 246 individuos dividiendo esto para las dos instituciones es de 123 encuestas realizadas a cada escuela. distribuidos entre padres de familia de quinto, sexto y séptimo.

Los entrevistados fueron:

Tablas 4

Entrevistados

ENTREVISTADOS	TEMÁTICAS
----------------------	------------------

Sra. Consuelo Terán de Suárez	Coreógrafa y directora del grupo Ñucanchi-Llacta Nuestra Tierra Ibarra-Ecuador, digna representante y exponente de la cultura imbabureña con más de 53 años de trayectoria.	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura de Imbabura • Identidad cultural • Pueblos indígenas • Danza Folclórica • Estrategias para difundir la cultura en los niños.
Msc, Ana María Beltrán	Docente investigadora de la Universidad Técnica Particular de Loja, experta en temas educacionales.	<ul style="list-style-type: none"> • Educomunicación • Importancia de la educacional. • Herramientas para mejorar el modelo educativo • YouTube como herramienta de educacional. • Proyectos educacionales • Medios digitales y Educomunicación
David Lema	Experto en comunicación digital	<ul style="list-style-type: none"> • Plataformas digitales • Características • Consumo de contenido de redes sociales • YouTube como herramienta educacional • Los medios digitales en el modelo educativo.

Fuente: Elaboración propia basado en: Página Web de la Unidad Educativa Rafael Suárez (2019) y Página Web de Ex Alumnos del Sánchez y Cifuentes. (2020).

2.2.4. Procedimiento y plan de análisis de datos

Las encuestas se van a realizar de manera digital para padres de familia luego los datos se pasarán a un Excel. El análisis de las entrevistas fue descriptiva narrativa.

CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Resultados Cuantitativos y Cualitativos de la investigación

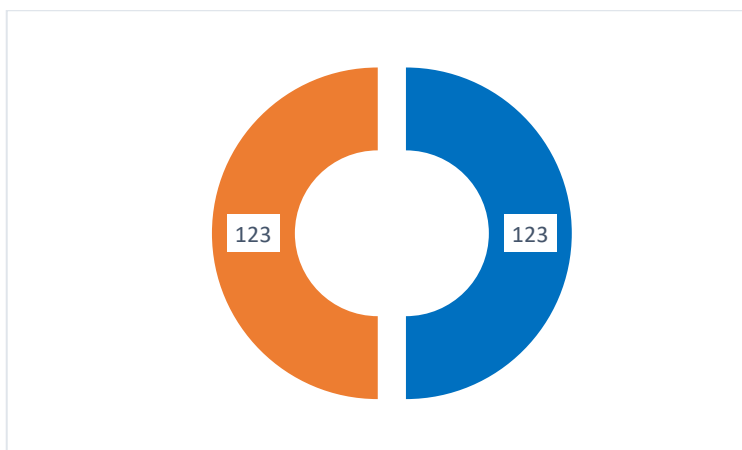
Una vez concluida la etapa de recolección de datos con los instrumentos propuestos para la investigación, se continuó con el análisis correspondiente de los mismos, por cuanto la información que arroje indicará las conclusiones a las cuales llega la investigación.

3.1.1. Resultados de las encuestas a Padres de Familia

Las respuestas recopiladas de las encuestas a padres de familia de las instituciones Rafael Suárez y Sánchez y Cifuentes fueron representadas mediante gráficos estadísticos. Esto permitirá un análisis más sencillo de los resultados.

Figura 7

Unidad Educativa a la que pertenece su hij@

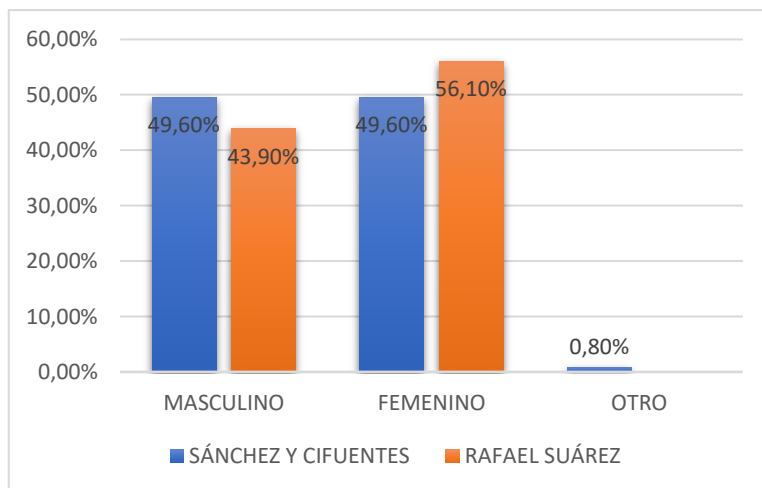


Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la gráfica se puede confirmar la realización de 246 encuestas a padres de familias entre las dos instituciones educativas, 123 en la escuela Rafael Sánchez y Cifuentes y los 123 restantes en la Unidad Educativa Sánchez y Cifuentes.

Figura 8

Género

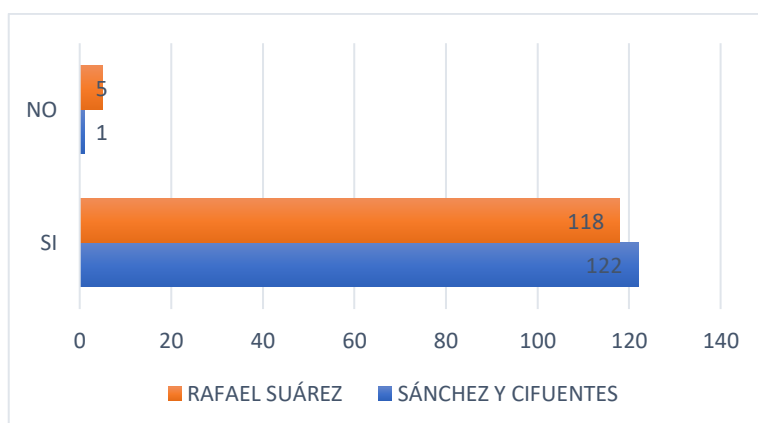


Fuente: Elaboración propia

De los 246 padres de familia encuestados respondió el 56,1% que corresponde a 69 madres de familia de la institución Rafael Suárez frente y 61 madres de familia de la institución Sánchez y Cifuentes y en el género masculino predomina la institución Sánchez y Cifuentes con un porcentaje de 6% más que la institución pública.

Figura 9

Conocimiento de las plataformas digitales

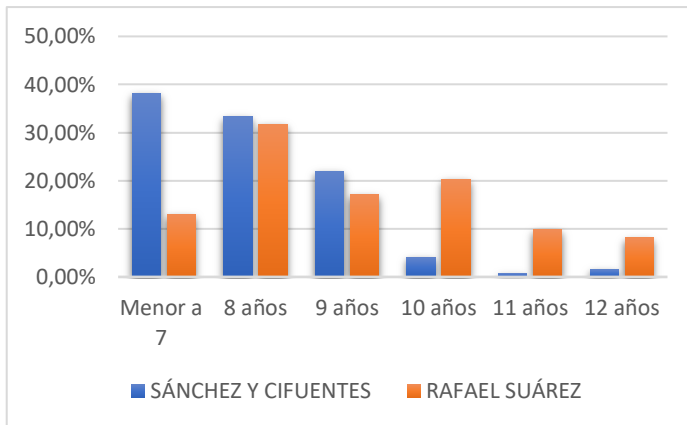


Fuente: Elaboración propia

El conocimiento de las plataformas digitales por parte de los padres de familia es alto. Por lo tanto, saben qué son, cuáles son, y de las cuales están usando sus hijas e hijos. De acuerdo a la encuesta ejecutada a las 246 personas, 122 padres de familia de la institución Sánchez y Cifuentes respondieron que si conocían qué son las plataformas digitales frente a los 118 padres de familia de Rafael Suárez que de igual forma respondieron que sí. Frente a ello la institución particular cuenta con un número elevado de padres de familia que conocen.

Figura 10

Edad de uso de plataformas digitales por los niños y niñas

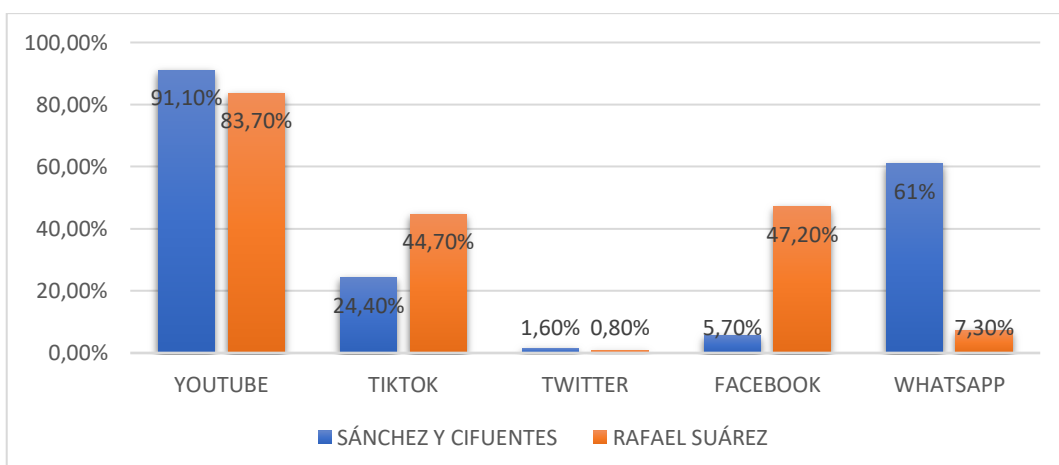


Fuente: Elaboración propia

Al analizar el gráfico es evidente que en la institución privada los padres permitieron mayoritariamente que sus hijos usen plataformas digitales a los 8 años e incluso menor a 7 deduciendo que el impacto de la tecnología ha sido muy grande y que no importa los contenidos que se presentan en las plataformas. Por otro lado, en la institución pública los padres de familia permitieron que sus hijos utilicen plataformas digitales mayoritariamente de los 8 años a los 10 años. En una comparación de las dos instituciones, los padres de la institución privada son más liberales en cuestión de tecnología frente a sus hijos e hijas.

Figura 11

Plataformas favoritas



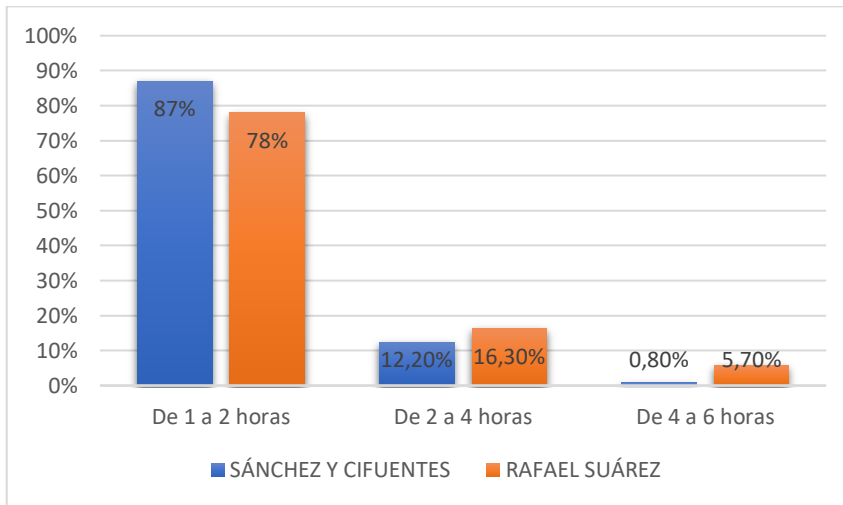
Fuente: Elaboración Propia

Las dos plataformas más usadas por los niños y niñas según los padres de familia de la institución pública son YouTube con un 83,70% y Facebook con 47,20%. Por otro lado, en

la institución Sánchez y Cifuentes seleccionaron YouTube con 91,10% y WhatsApp con el 61%. Por tal motivo, la plataforma más usada es YouTube.

Figura 12

Tiempo en internet

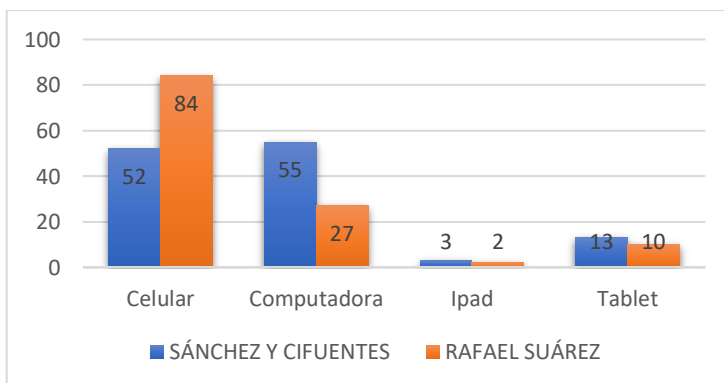


Fuente: Elaboración propia

De una a dos horas es el tiempo promedio que los padres de familia de la institución Sánchez y Cifuentes aprueban o les permiten a los niños pasar tiempo en internet con un número de 107 respuestas asertivas frente al 78% que corresponde a 96 padres de familia de la Rafael Suárez. Lo cual presenta que los padres de la institución privada tienen un horario establecido y son muy rigurosos en cuestión del tiempo para que sus hijo o hijas ocupen bien el tiempo durante todo el día en comparación de la pública.

Figura 13

Dispositivos electrónicos

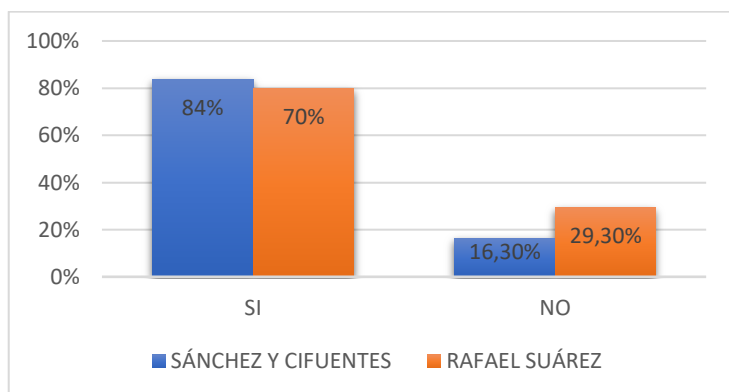


Fuente: Elaboración propia

Entre los dispositivos más utilizados por los niños y niñas por opinión de los padres son el celular y la computadora. El celular con 84 votos de la escuela Rafael Suárez frente a los 52 votos por la escuela privada y 55 votos para computadora en la escuela Sánchez y Cifuentes como principal medio. Por ello, se demuestra que en la actualidad el uso de celulares en los niños de alrededor de 8 a 12 años es de uso frecuente ganándole con una diferencia de casi 30 niños al uso de la computadora.

Figura 14

Plataformas digitales como herramienta de aprendizaje

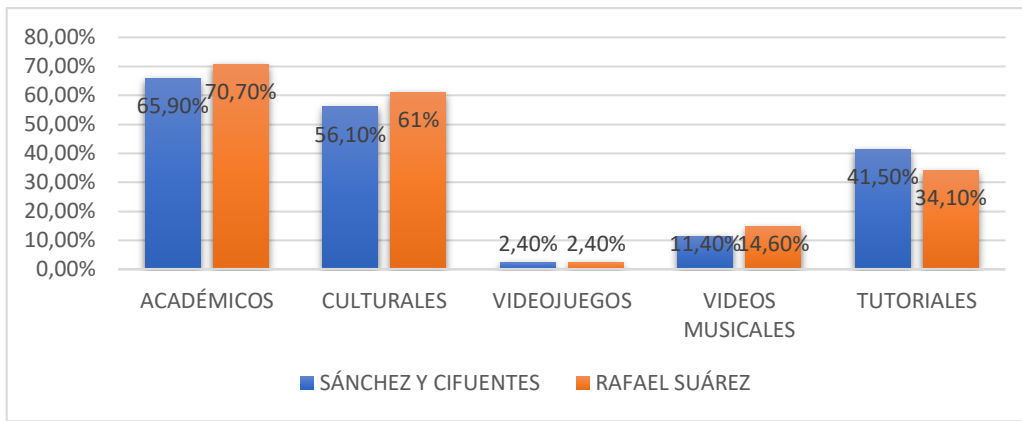


Fuente: Elaboración propia

El 84% de padres de familias de la institución privada aprueba las plataformas digitales como una herramienta de aprendizaje, mientras que el 16,3% no están de acuerdo con que se utilicen las plataformas como una herramienta para aprender, esto en la institución privada. Por otro lado, la institución pública también tuvo un elevado porcentaje de padres de familia que corresponde a 87 padres de familia que acepten a las plataformas como un medio que te brinda las herramientas necesarias para aprender. Con una diferencia mínima con la privada de 16 padres.

Figura 15

Contenido que le gustaría que consumiera su hijo/a con más frecuencia

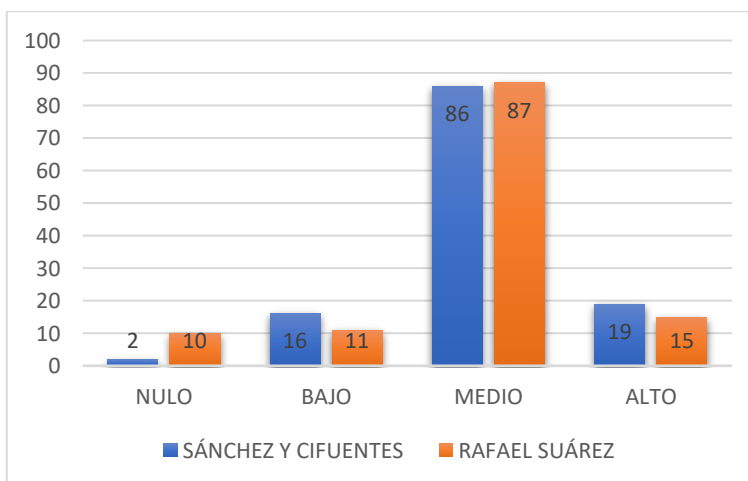


Fuente: Elaboración propia

Los contenidos elegidos en orden de preferencia los cuales la institución pública quiere que sus niños vean son académicos el 79,7% seguido de culturales con el 61% y por último tutoriales con el 34%. Por otro lado, la institución Sánchez y Cifuentes con el 65,9% escogió contenidos académicos, seguido con el 56,1% culturales y últimos tutoriales con el 41%. Comparando las dos instituciones la pública tuvo mayor acogida a los contenidos culturales mientras que la privado se inclinó por académicos.

Figura 16

Importancia de las plataformas digitales en el entorno educativo

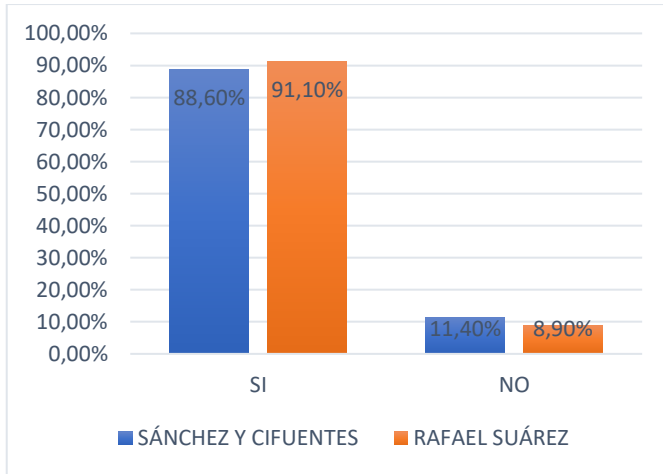


Fuente: Elaboración propia

Los padres de familia de las dos instituciones, con la diferencia de un voto, consideran que las plataformas digitales tienen un nivel de importancia medio en el entorno educativo. En la institución Rafael Suárez, 87 padres de familia votaron por este nivel medio de importancia de las plataformas en comparación con los 86 padres de la institución Sánchez y Cifuentes. En conclusión, las plataformas digitales para las dos instituciones tienen una inclinación positiva para las plataformas.

Figura 17

Preocupación por el uso inadecuado de las plataformas digitales

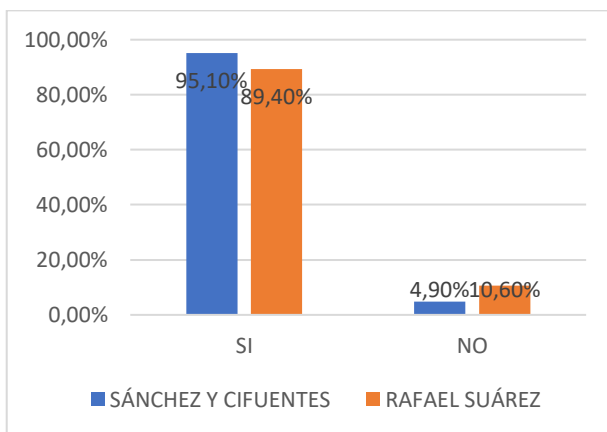


Fuente: Elaboración propia

El 88,6% que corresponde a 109 padres de familias de la institución Sánchez y Cifuentes sí les preocupa que sus hijos o hijas hagan un uso inadecuado de las plataformas digitales. Mientras que en la institución Rafael Suárez 112 padres de familia preocupados por el consumo de sus hijos en las plataformas. Por esta razón, la institución que tiene un porcentaje de 11,4% que no le preocupa es la privada. Demostrando menor interés frente a la pública.

Figura 18

Cree que es necesario que su hijo/a acceda a contenido sobre la cultura imbabureña a través de plataformas digitales

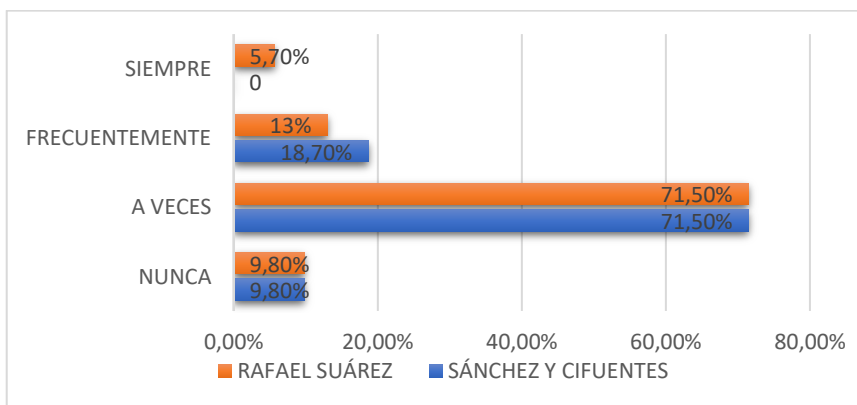


Fuente: Elaboración propia

Las dos instituciones afirmaron que sí es necesario que sus hijos accedan a contenidos sobre cultura imbabureña a través de las plataformas digitales. La institución privada con un número del 95,1% correspondiente a 117 respuestas afirmativas frente a 110 padres de familia de la Rafael Suárez. La diferencia es de 7 personas, pero aun así la aprobación a dicha pregunta es afirmativa.

Figura 19

Frecuencia del consumo de información sobre cultura y tradiciones de la provincia de Imbabura por parte de su hijo/a

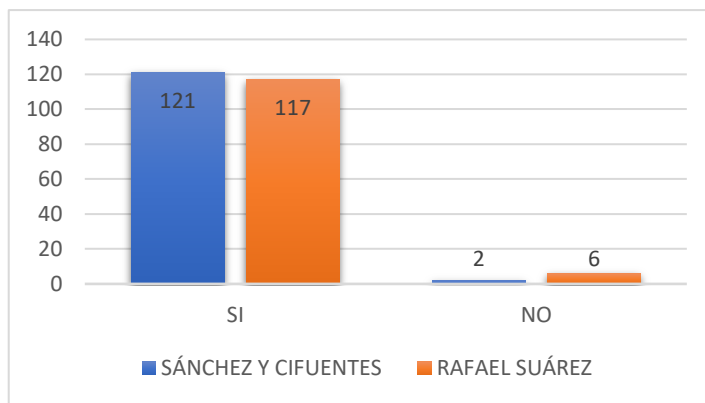


Fuente: Elaboración propia

El gráfico presenta un porcentaje igualitario del 71,5% por las dos instituciones. Las instituciones mencionaron que sus hijos e hijas “A veces” consumen contenido sobre la cultura de Imbabura. Seguido del 18,7% en la institución privada que corresponde a 23 niños o niñas que consumen frecuentemente a comparación de 16 niñas en la Rafael Suárez que lo hacen. Esto demuestra que el aprendizaje sobre cultura de la provincia de Imbabura no es de las favoritas.

Figura 20

Aprobación para la realización y consumo de cultura de Imbabura por parte de sus hijos e hijas a través de videos con información, danzas de los pueblos y nacionalidades indígenas en YouTube.



Fuente: Elaboración propia

De los 246 padres de familias encuestados 121 de la institución privada dijeron que sí, de la institución Rafael Suárez de igual forma dijeron que sí. Al menos 8 padres de familia de los 246 no aprobaron que los niños vean contenido cultural de Imbabura a través de un canal de YouTube. Esto serviría para aumentar y mantener las tradiciones y costumbres de los ancestros y sobre todo que la identidad cultural no se pierda.

3.1.2. Focus Group

Se desarrolló un focus group en cada institución, con el objetivo de conocer los intereses digitales de los niños y niñas y qué conocimiento tienen sobre cultura.

3.1.2.1. Focus Group de la institución Sánchez y Cifuentes:

Se realizó una clase con 16 niños y niñas. Se realizó algunas preguntas en el transcurso de toda la clase en modo de conversación con los niños y niñas. Además de entregarles un sticker de visto para que elijan ciertas plataformas, y el nombre del canal. También se socializó sobre cultura, trajes típicos, música y por último se compartió unos pasos de folclor para ver la aceptación y gustos de los niños.

Las primeras preguntas fueron:

¿Qué son las plataformas digitales?

Los niños y niñas respondieron que son aplicaciones que se pueden descargar, donde hay diferentes contenidos, se puede ver videos se pueden realizar actividades, se pueden divertir y ven videos de otras personas, donde pueden investigar cosas que no saben para hacer sus tareas.

Qué plataformas digitales conocen:

Entre las plataformas que más conocían y mencionaron los niños y niñas fueron: TikTok, Youtube, Facebook, Instagram, Google, Twitter, Messenger, Firefox

Plataformas que más utilizan

A los niños se les entregó dos sticker de visto para que voten por la plataforma que más utilizan y la mayoría votó por WhatsApp y TikTok. Seguido de YouTube.

¿Qué acciones o contenidos ven en las tres plataformas que escogieron?

En WhatsApp respondieron que escriben a sus amigos, conversan con sus compañeros, miran estados, suben estados.

En TikTok, suben contenido a sus cuentas, ven videos de juegos, comida, comedia.

En YouTube los niños y niñas mayormente juegos, videos de comedia, música, tutoriales.

En conclusión, los niños y niñas utilizan estas plataformas digitales para comunicarse, ver video juegos, ver estados, tutoriales y música. Lo que facilitaría la realización de un canal en donde tenga tutoriales de alguna actividad, música.

¿Qué tipo de música conocen y escuchan?

La primera canción fue un reguetón moderno “Feliz cumpleaños de Feid” a lo cual 14 niños respondieron que si la conocen mientras que 2 no. De los 16 niños a 11 les gustó la canción y a 5 no les gusta la canción.

Luego se colocó un folclore de Otavalo y solamente 4 niñas lo conocían, 12 niños y niñas no. De los 16 a 6 les gustó la canción y a los 10 restantes no.

La siguiente canción fue “Despecha” un pop moderno que conocían 14 niños y les gustó a 13.

Después se colocó la canción de un Sanjuanito y 10 niños respondieron que si la conocían y solamente a 2 de los 16 no les gustó

También se colocó una Bomba del Chota a la cual todos respondieron que si la conocían y a todos les gustaba.

Se colocó la canción de “Fieles” un reguetón y 10 personas la conocían y 7 no les gusta mientras que los otros 9 dijeron que sí.

Por último, se colocó una canción típica del pueblo afro y 9 personas la conocían y 7 no la conocían. 10 niños y niñas les gustó la canción.

¿Qué es cultura?

A esta pregunta los niños y niñas respondieron que son tradiciones de alguna ciudad, son las costumbres que identifican a un pueblo, a una comunidad en donde entra temas de música, danza, vestimenta. Esto solamente respondieron 3 niños.

Seguidamente se empezó a exponer el vestuario indígena. A esto la mayoría de niños sabía cómo se llamaba, comentando de igual forma que algunos han bailado san Juanito y conocían su vestuario.

¿Les gusta bailar?

A esto 12 personas entre niños y niñas respondieron que sí y que 8 alguna vez si ha bailado folclore. Después de ello se enseñó unos pasos de baile, donde los niños respondieron bien y se vio las ganas de aprender.

¿En qué plataforma les gustaría que se comparta estos conocimientos?

Todos respondieron que en YouTube

¿Cómo les gustaría que se llame el canal?

Hubo tres opciones “Conociendo mis raíces” y “Peque cultura” “Cultugua”. El nombre ganador fue Conociendo mis raíces.

3.1.2.2. Focus Group de la institución Rafael Suárez:

Se realizó una clase con 11 niños y niñas. Se hizo una serie de preguntas en el transcurso de toda la clase en modo de conversación con los niños y niñas. Además de entregarles un sticker de visto para que elijan ciertas plataformas, y el nombre del canal, se dio a conocer sobre cultura, trajes típicos, música y por último se enseñó unos pasos de folclor para ver su aceptación y gustos de los niños.

Las primeras preguntas fueron:

¿Qué son las plataformas digitales?

Los niños y niñas respondieron que son aplicaciones para entretenerse, un área donde se pueden hacer muchas cosas, buscar información y divertirse.

Plataformas que más utilizan

A los niños se les entregó dos stickers de visto para que voten por la plataforma que más utilizan y la mayoría votó por YouTube y TikTok. Seguido de WhatsApp.

¿Qué acciones o contenidos ven en las tres plataformas que escogieron?

En WhatsApp respondieron que escriben a sus amigos, chatear con los compañeros, mandar stickers, comunicarse con personas que están lejos.

En TikTok, miran bailes tendencia, comedia, deportes, videos de terror, videos de cocina.

En YouTube los niños y niñas mayormente miran videos, games place, juegos, música, videos en inglés, novelas, shorts.

En conclusión, los niños y niñas utilizan estas plataformas digitales para comunicarse, video juegos, ver estados, tutoriales y música. Lo que facilitaría la realización de un canal en donde tenga tutoriales de alguna actividad, música.

¿Qué tipo de música conocen y escuchan?

La primera canción fue un reguetón moderno “Feliz cumpleaños de Feid” a lo cual 7 niños respondieron que si la conocen mientras que 4 no. De los 11 niños a 10 les gustó la canción y a 1 no les gusta la canción.

Luego se colocó un folclore de Otavalo y solamente 5 niñas lo conocían, 6 niños y niñas no. De los 11 a 7 les gustó la canción y a los 4 restantes no.

La siguiente canción fue “Despecha” un pop moderno que conocían 10 niños y les gustó a 10.

Después se colocó la canción de un San Juanito y 3 niños respondieron que si la conocían y solamente a 3 de los 11 no les gustó

También se colocó una Bomba del Chota a la cual 9 respondieron que si la conocían y a 6 les gustaba.

Se colocó la canción de “Fieles” un reguetón y 8 personas la conocían y 7 no les gusta mientras que los otros 4 dijeron que sí.

Por último, una canción típica del pueblo afro y 6 personas la conocían. 7 niños y niñas les gustó la canción.

¿Qué es cultura?

Los niños respondieron que cultura es la tendencia de un país, que con las tradiciones y costumbres que se hacen en su comunidad, es una tradición que se ha seguido por años, es la tradición como año viejo, navidad, carnaval, fiestas, hace que se hace en un pueblo o ciudad, es un hecho que haya pasado antes, la cultura está compuesta por leyendas, tradiciones, culturas, se hace año tras año.

Aquí participaron 8 niños, hubo mayor interacción, participación, y mayor conocimiento más acertado de lo que es cultura.

¿A través de que medio consumieron el conocimiento de qué es cultura?

Clases en la escuela en la materia de Estudios Sociales, por internet, por sus abuelitos y papás, en libros, por sus tíos.

Seguidamente se empezó a mostrar el vestuario indígena y afro. A esto la mayoría de niños y niñas sabía cómo se llamaba, comentando de igual forma que algunos han bailado san Juanito y conocían su vestuario.

¿Les gusta bailar?

De los 11 niños a 9 levantaron la mano y respondieron que sí les gusta el baile, mientras que dos niños no lo hicieron. Pero esto no impidió que aprendan los dos pasos que se indicó y pese a eso lo intentaron.

¿En qué plataforma les gustaría que se comparta estos conocimientos?

Todos respondieron que en YouTube y por TikTok.

¿Cómo les gustaría que se llame el canal?

Hubo tres opciones “Conociendo mis raíces” y “Peque cultura” “Cultugua”. El nombre ganador fue “Conociendo mis raíces”.

3.1.3. Análisis de las entrevistas

3.1.3.1. Entrevista Sra. Consuelo Terán de Suarez

Se considera a la cultura como un todo, todo lo que se encuentra al rededor, lo que se puede tocar, respirar, los saberes de los pueblos, lo cual se compagina mucho con lo que es identidad cultural como lo menciona Consuelo Terán de Suarez. Para ella identidad cultural es todo lo que nos define como personas, lo que hace que se apropie de las tradiciones, costumbre, las raíces, el futuro que se quiere construir, pero arraigado con lo propio, lo real.

La identidad cultural recuerda las historias, las memorias desde los ancestros hasta hoy en día en la sociedad. Un porcentaje de esta sociedad se la puede considerar como una ciudadanía intercultural porque es la cual afronta la diversidad de las culturas, la cual afronta ante los cambios y a través del diálogo genera nuevas expectativas. La sociedad necesita un cambio, un impacto en el cual se retome el amor a la cultura, el intercambio cultural, pero con responsabilidad social sin modernizar lo que los pueblos originarios de la cultura indígena y afro comparte, más bien debería trascender sin ninguna modificación, así lo mencionó Consuelo Terán. Y estos temas son importante para las personas que aman la cultura, la estudiaron y no quisieron que la cultura muera en la actualidad es por eso que la maestra menciona que es necesario conocer las raigambres, las tradiciones y costumbres del pueblo que se han manifestado a través del tiempo, a base de la tradición oral, o sea, de generación en generación. Por ejemplo, una tradición “La fiesta de la casa nueva”, La Teja, costumbre que se da en regocijo al realizar la última etapa de esa tradición y costumbre que es la fiesta de la casa nueva, ese sería un ejemplo y así un sinnúmero de costumbres y tradiciones que los pueblos han ido arraigando hace miles de años atrás, y que al menos lo que queda, se ha investigado para contar a las demás personas, enseñarlas y crear una comunidad rica en cultura.

Lo que recalca la directora del grupo Ñucanchi Llacta es que en los niños debería ser más constante las enseñanzas culturales debido a que es fundamental y más fácil que los niños comprendan y aprendan estos conocimientos. Lo que falló en este aspecto mencionó que es el pensum académico de las escuelas; en la actualidad no existen materias propias sobre cultura o realidad nacional o el ir fomentando eso mediante lecturas, dramatizaciones,

danzas, ritmo y movimiento y en expresión, en especial expresión cultural, como medio educativo. Ella considera que ya no hay ese respeto, esa apropiación por la cultura.

A raíz de esto considera importante la realización de un canal de YouTube para difundir a niños y niñas temas acerca de la cultura de Imbabura la cual se ha perdido al paso de los años, conocimientos que se han dejado de impartir. Por lo tanto, con la realización de este canal no solamente se expandirá dichos temas sino, Consuelo Terán menciona que los medios de comunicación también pueden realizar un buen papel, impartiendo todo lo que se ha ido perdiendo a través del tiempo, que es el yo propio y el propio ser cultural. Ella lo define como, “quiénes somos, de dónde venimos, hacia dónde vamos”.

También a través del folclore se puede conocer más sobre los pueblos indígenas así lo mencionó Terán, pero con énfasis en la educación desde los padres, los cuales tienen la obligación de informar, transmitir los conocimientos sobre estos temas además de ir fomentando las tradiciones a sus hijos y que este tema trascienda para en próximas generaciones la cultura sea un tema de conversación, de estudio y de mucho valor para todas las personas.

3.1.3.2. Entrevista Especialista en Medios Digitales David Lema:

La necesidad de recurrir la mayor parte del día a las plataformas digitales, a utilizar el teléfono celular, computadora, es consecuencia gran parte de la pandemia, debido a que todas las funciones educativas, de trabajo, etc, se adaptaron a la necesidad que en ese tiempo se tenía. Por lo tanto, la sociedad se digitalizó aún más y los niños se convierten en nativos digitales.

El uso de las plataformas digitales utilizadas correctamente bajo la supervisión de los padres de familia es una buena estrategia para que los niños se eduquen sobre temas nuevos para ellos, por lo que Lema afirma que las plataformas digitales si podrían aportar por un lado a la educación, siempre y cuando se supervise por los padres debido al contenido y la publicidad abierta que tienen páginas como Facebook, YouTube a veces con contenido no apto para niños.

La educación no es principalmente a los niños, sino a los padres de familia por la variedad de plataformas que existen y la cantidad de información que se maneja. Por lo tanto, se puede decir que lo esencial para empezar un proyecto es analizar el espacio, el nuevo panorama digital, los medios, la credibilidad de las plataformas.

El especialista en medios digitales comenta acerca de la credibilidad que la cantidad de fakenews aumenta y siempre ha existido, pero pese a eso las redes sociales tienen una gran influencia en las personas principalmente en los niños, lo que ocasiona que sea una gran alternativa para educar y se lo considere como un canal de información. El más aceptado y entre ellos se encuentra YouTube como plataforma que cuenta con la mayor parte de requisitos que lo llevan a convertirse en una plataforma apta para la creación de un canal

educativo, con sus funciones de filtrar, entretener, comunicar, la implementación de videos, de su facilidad para mostrar contenido didáctico, permite fortalecer, complementar y ofrecer un buen contenido.

Lema menciona que la parte audiovisual es lo esencial, lo rico de los proyectos educativos porque la sociedad ha tomado por ser muy visual y YouTube al ser un tema de video la gente consume mucho, lo que permite captar mejor lo que se está diciendo, entonces ya en edición, pasa millón de cosas para captar la atención, para poder educar, para generar mayor interacción y demás.

En base al análisis realizado por el especialista en medios digitales sobre el contenido que hoy en día manejan los niños menciona principalmente los videojuegos, caricaturas, tutoriales, youtubers, por lo que es necesario crear contenido adaptado a este tipo de gustos de los niños para que tenga mayor impacto. Si es el caso de contenido sobre cultura, primero Lema menciona que si es necesario y un punto muy importante impartir estos temas a los niños para que no se pierda la cultura de Imbabura y la riqueza de nuestros pueblos que a la sociedad antigua si se impartía, entonces estos conceptos, este tema cultura es esencial transmitirlos pero de una forma más entretenida, más didáctica para que los niños y niñas no se aburran y se atrapen con el contenido que se piensa educar a los sujetos.

3.1.3.3. Entrevista especialista en educomunicación Msc. Ana María Beltrán

“Está inmerso en la disciplina de la pedagogía, de la propia educación, pueden apoyar en ese panorama a la formación de ciudadanos más críticos en el contexto de los medios”. Así define la educomunicación la Dra. Ana María Beltrán. Este desarrollo de la educomunicación y su funcionalidad para dar una nueva oportunidad a las personas de crecer académicamente le permite trascender, pero ahora de una forma más actual en los nuevos medios digitales.

Por esta razón, los proyectos educativos bien enfocados a un público objetivo, serán factibles para aportar en sus conocimientos. En el público de los niños y niñas hay una situación que menciona Beltrán y es la más importante, el lenguaje que se utiliza en los diferentes contenidos que consumen. Ella menciona que no hay restricciones y los contenidos que más observan son de streamers, instagramers, youtubers que no censuran su contenido porque lo que ellos buscan es que mucha gente los vea y no piensan quienes los ven. Frente a ello es importante que esté presente la educación de los niños en la forma en cómo distribuyeron narrativas interesantes. Los niños y niñas aspiran por un contenido atractivo, divertido, actual y didáctico.

La docente destaca que “La educomunicación trata de aunar las perspectivas investigativas y de investigación a acción de diversos contextos y a partir de otras disciplinas” y a través de estas perspectivas y la educomunicación como paradigma se puede decir que la educomunicación no es una herramienta que puede mejorar el aprendizaje sino es una disciplina la cual se acopla a las diferentes herramientas que ya están dadas como son

los medios sociales, el discurso en los medios tradicionales, etc. Estas herramientas cumplen la función directa de captar y manejar o que quiere el público objetivo, en este caso los niños y niñas.

Las redes sociales son viables para realizar productos educomunicativos, pero como lo menciona la Dra, hay que educar a los padres ya que son el formador principal de los niños y niñas, es quién tiene que estar pendiente del crecimiento crítico. También el ente secundario para la educación es la escuela, es la transformadora social, esta no debe alejarse del uso de las redes sociales ni de sus narrativas, sino tiene que comprender las narrativas y saber de qué están hechas la fortaleza técnica, la fortaleza en contenido, en narrativa, en cómo se estructura la forma en como emociona. La plataforma YouTube para poder generar un producto educomunicacional a través de un canal lo principal es tomar en cuenta qué formato se va a manejar porque Beltrán menciona que sí lo ve factible pero hay que analizar ciertos aspectos, como también el género que hay que utilizar para que este canal pueda lograr tener éxito y hay que conectarlo con otras iniciativas, porque los proyectos de educomunicación no es solamente la creación de un canal, sino a ese canal darle la visibilidad por otras estrategias porque al contrario no serviría.

3.1.4. Análisis general de las entrevistas a especialistas

Un proyecto educomunicacional funciona de la mano con estrategias que potencialicen su valor, visibilicen el contenido y el mensaje que se quiere dar a los niños y niñas, pero lo más importante en lo cual coinciden los tres especialistas entrevistados es la educación a los padres de familia en cuanto a las redes sociales y el estar pendiente de lo que sus hijos e hijas miran en las plataformas.

Las plataformas digitales puesto que en la actualidad presentan una mayor notoriedad, los generadores de contenido para empezar un proyecto deben conocer a su público, saber qué le gusta, sus intereses visuales, qué le beneficia y sobre todo que elementos son importantes les gusta ver en su contenido. Por lo tanto, al analizar a tu público objetivo, sabrás como llegar a ellos y que tu proyecto sea un éxito. Todos los especialistas en este punto comentaron que los gustos de los niños y niñas en la actualidad se enfocan en los videojuegos, tutoriales, youtubers, música moderna. Y dentro de esto no se dan cuenta del peligro que también existe en las redes sociales.

Se ha perdido el consumo de lo nuestro, como comenta Consuelo Terán de Suarez y en donde menciona que no está mal el consumir lo moderno, lo nuevo, lo bonito porque es parte de nosotros y entiende que es otra generación, pero hay que recordar de donde vinimos, lo que somos en realidad, nuestras raíces. Además de restricciones en las plataformas digitales. Esto no lo saben los niños, aquí los principales encargados son los papás quienes han dejado que se pierda estas tradiciones, costumbre de contar a sus hijos, los abuelos a los nietos. Y el pénsun académico ha variado mucho en los últimos años es por eso que, con la iniciativa de realizar un canal de YouTube enfocado en enseñar, recordar la cultura de Imbabura, su música, historia, bailes tradicionales, vestuarios de los pueblos Kichwas y afros, todo con la intencionalidad de que la cultura de Imbabura trascienda y sobre todo no se pierda todo esto tan bonito que son las raíces indígenas.

3.2. DISCUSIÓN

En el siguiente apartado se discutirá las hipótesis planteadas para aceptarlas o rechazarlas dependiendo su desarrollo a lo largo de la investigación.

Tabla 5

Resumen del cumplimiento de hipótesis

HIPÓTESIS	CUMPLIMIENTO DE LA HIPÓTESIS
H1. Los niños y niñas de 8 a 11 años aprenden más rápido a través de herramientas digitales en comparación a la educación tradicional.	APROBADA
H2. Los infantes prefieren consumir contenido relacionado a las nuevas tendencias musicales como el reguetón y el pop.	RECHAZADA
H3. Los niños y niñas de 8 a 11 años no consumen contenido cultural porque desconocen los temas relacionados a sus raíces como las tradiciones, música, vestimenta y danza.	RECHAZADA
H4. La mejor forma de aprender para los niños y niñas de 8 a 11 años acerca de la cultura de la provincia de Imbabura es a través de un contenido audiovisual de entretenimiento en YouTube.	APROBADA
H5. No existen canales de YouTube para niños que difundan contenido sobre cultura imbabureña	APROBADA

Fuente: Elaboración propia

H1. Los niños y niñas de 8 a 11 años aprenden más rápido a través de herramientas digitales en comparación a la educación tradicional.

El uso de los teléfonos celulares a temprana edad ha originado un consumo elevado de contenido a través de las redes sociales por parte de los niños y niñas de las instituciones, desarrollando un gran conocimiento sobre algunas funciones de las redes, temas de la escuela, de historia, información no apta para su edad, pero también han demostrado un buen manejo de esta herramienta lo cual les facilita una rapidez en cuanto al aprendizaje, esto se

confirmó con la realización del focus group en cada institución. A través del diálogo con los niños y niñas se descubrió un nuevo mundo digital en donde el aprendizaje esta netamente enlazado con las herramientas digitales. Por lo tanto, esta hipótesis es aprobada debido a las nuevas formas de participación en comunidad a través del internet que han abierto un abanico de opciones como variedad de contenidos, la difusión de información, elaboración de una página web, blogs videos y fotos o la mezcla de contenidos en línea para hacer otros nuevo accediendo a información más rápido que en cualquier otro lugar con tan solo de entrar a su navegador y poner una palabra (Escofet, 2020). Gracias a la digitalización ahora todo es más veloz lo que en tiempos anteriores no era posible por la dificultad de conseguir información sobre algún tema y se tenía que consultar en bibliotecas, libros o profesores. Pero al tener tanta información abierta para todos, también sobresale la contraparte que es su entorno debido a que todo su entorno se basa en un estilo moderno, a veces videos que no contienen ninguna censura para que los niños y tampoco hay gente que se preocupe por este tipo de situaciones, no hay preocupación de encontrarse con palabras no adecuadas para su edad.

H2. Los infantes prefieren consumir contenido relacionado a las nuevas tendencias musicales como el reguetón y el pop.

Esta hipótesis, fue rechazada, debido que al realizar el focus group se determinó qué contenido consumían. Los niños y niñas no prefieren las nuevas tendencias musicales como el reguetón y el pop como se planteó en la hipótesis, sino su gusto fue inclinado a tutoriales, videojuegos, videos de cocina, etc y tampoco buscaban contenido de cultural. “Los contenidos más visitados. Se puede clasificar los contenidos en cuatro ejes: relativos al ocio (música, juegos, humor, deportes, aficiones); relativos a la educación y cultura (vinculado al desarrollo de tareas escolares)”. (Arribas e Islas, 2009, p.2). Al conocer los gustos de los niños y niñas delimita más los contenidos que se debe mostrar en un nuevo canal dirigido directamente a ellos, un buen producto comunicacional es calificado de una manera asertiva cuando su creador sabe lo que su consumidor o cliente o usuario en este caso quiere aprender. En conclusión, los niños buscan es contenido que les aporte algo, se inclinan por aprender, divertirse y que mejor si se junta todo esto en un solo canal.

H3. Los niños y niñas de 8 a 11 años no consumen contenido cultural porque desconocen los temas relacionados a sus raíces como las tradiciones, música, vestimenta y danza.

Esta hipótesis fue rechazada. Se determinó que el contenido cultural no estaba entre sus contenidos favoritos, un porcentaje pequeño en verdad no había escuchado algunas cosas de su cultura, pero en la institución pública si fueron más apegados a su cultura, en su mayoría la conocían y les gusta, pero otro porcentaje no la consumía no porque no conocían sino porque no era de su agrado, no era llamativo para ellos, ni la forma en como en su tiempo se les había contado sobre sus raíces. Se puede decir que no todos no la conocían por eso se la rechaza. En este sentido los niños y niñas no prefieren este contenido el motivo mas que todo al preguntarles fue que no han visto o no existe un contenido dinámico para niños que imparta estos conocimientos, solamente hay los típicos canales donde te cuenta historia, pero esos no les gusta ni les llama la atención. Y para lograr ello como lo mencionó la Dra. Ana

María Beltrán especialista en educomunicación “Para que este canal pueda lograr tener éxito hay que conectarlo con otras iniciativas, si a ese canal no le vas a dar visibilidad por otras estrategias no sirve de nada”. Por lo tanto, depende de mucho de cómo se presenta el proyecto a los niños y sobre todo como se lo vende a los padres de familia quienes son los que permiten a los niños ocupar o ver estos canales.

H4. La mejor forma de aprender para los niños y niñas de 8 a 11 años acerca de la cultura de la provincia de Imbabura es a través de un contenido audiovisual de entretenimiento en YouTube.

La hipótesis fue aceptada, en consecuencia a las diferentes investigaciones y al análisis general de la investigación la mejor forma de aprender para los niños y niñas acerca de la cultura de la provincia de Imbabura si es a través de un contenido audiovisual de entretenimiento en YouTube, debido a como es la carta de presentación para el niño porque directamente debe despertar el interés de los niños su curiosidad y la necesidad de crear, de aprender para ser independiente en lo educativo y adquiera conocimientos enriquecedores de su cultura y lo audiovisual potencia el nivel cognitivo de los niños (Cabrera y Suárez, 2020). Hay que analizar el panorama y buscar un contenido que es agradable para los ojos de los niños, que al conocer sus gustos lo principal es visual, a través de videos, no tan largos pero que vayan directo al punto. Y que mejor si es un canal que difunda contenido sobre cultura imbabureña pero atractivo para niños, con todo lo esencial y básico para su aprendizaje. YouTube es una de las plataformas más asertivas para compartir información a niños; primero porque es una plataforma didáctica, con videos, fotos, música y tiene una presentación atractiva para los niños, pero depende mucho del canal que se vaya a realizar.

H5. No existen canales de YouTube para niños que difundan contenido sobre cultura imbabureña

La siguiente hipótesis fue aprobada partiendo del focus group realizado a los niños y niñas de las dos instituciones. Ellos afirman que no hay canales en la plataforma de YouTube que les imparta cultura de Imbabura, existe sí, pero no directamente para niños y niñas, pero ¿cómo es contenido para niños? Que sea divertido, no aburrido como lo comentaron, que tengas muchas cosas no solamente historia, que les brinde algo diferente a los canales que visitan a diario, que sea más interactivo. También como lo mencionaba el especialista en medios digitales los contenidos favoritos ahora de los niños y niñas son tutoriales porque quieren aprender cosas nuevas, entonces respecto a esto hay que darles lo que quieren. Información, diversión, aprendizaje y libertad de ser ellos mismos.

CAPÍTULO IV: PROPUESTA

1. Título de la propuesta

Elaboración de un canal de YouTube para la difusión cultural de Imbabura a los niños y niñas de 8 a 11 años de las instituciones Rafael Suárez y Sánchez y Cifuentes del cantón Ibarra.

Desarrollo de la propuesta

Propuesta Educomunicacional: “Conociendo mis raíces”

2. Resumen

“Conociendo mis raíces” es un canal de YouTube que busca compartir información sobre la cultura imbabureña tanto afro como folclórica de una manera creativa, didáctica y llamativa para los niños y niñas de dos instituciones educativas del catón Ibarra.

La cultura en la provincia de Imbabura ha pasado desapercibida para algunos niños y niñas, en parte debido al impacto del internet y las nuevas formas de comunicación que han surgido en los últimos años. Específicamente, la falta de un canal de YouTube dedicado a compartir estos conocimientos de manera directa y enfocada en los niños ha contribuido a esta situación. Entre los principales problemas también se encuentra la necesidad de la sociedad no permita que se pierda las dos culturas estudiadas, que padres de familia, maestros valoren, respeten y se apropien de la cultura y el amor a ella para que la puedan transmitir a los más pequeños y esta cultura siga trascendiendo y no se pierda lo propio, lo rico de la provincia e Imbabura. Por tal motivo utilizar la educomunicación como estrategia conjuntamente con más herramientas para reactivar el conocimiento, aprendizaje y valor a la cultura imbabureña causará un impacto en la sociedad joven para no olvidar y conocer sus raíces.

Este canal cuenta con historia, danza, música, vestimenta propia del lugar y mucho más para cautivar a niños y niñas de las instituciones Rafael Suárez y Sánchez y Cifuentes y valoren las raíces indígenas y afros que tiene la provincia de Imbabura. El contenido es divertido, entretenido, informativo ya que se adapta a las características que los niños y niñas están interesados. Esta información se obtuvo a través de encuestas a padres de familia y focus group a los niños.

Este proyecto educomunicativo será transmitido a través de un canal de YouTube puesto que es la plataforma más apta para desarrollar contenido audiovisual con los conocimientos que se quiere impartir y es una de las plataformas mayor escogida por los niños entre las que más utilizan. La otra plataforma es WhatsApp por la cual también se enviará pequeños videos de información rápida, concisa de temas culturales de la provincia o anuncios del canal de YouTube para que los niños y niñas estén pendientes de cuando hay video nuevo o nueva información. Sirviendo, así como un canal de información inmediata y acertada.

3. Introducción

Con la llegada de las plataformas digitales, la sociedad afianzó todas sus creencias a las publicaciones, tendencias, contenidos ejecutados por los mismos. Estas plataformas digitales han ganado un papel importante en la educación. Dentro de una educación acompañada de los medios digitales entra la “educomunicación”, un paradigma, un sistema, una estrategia

que quiere facilitar el aprendizaje de los niños y niñas y mejorar su conocimiento sobre temas de su interés y no solo el seguir patrones de internet.

Por esta razón con la creación de un canal en la plataforma de YouTube se quiere fortalecer, apoyar y no olvidar la cultura de la provincia de Imbabura. Este proyecto es dirigido directamente a los niños y niñas de las dos instituciones analizadas con el objetivo mayoritario de compartir los conocimientos culturales desde la raíz para que este trascienda y se siga compartiendo de generación a generación. El contenido realizado se quiere que se consuma por decisión propia de los niños y niñas por la calidad, información y sobre todo por la atracción que les causa el contenido impartido por el canal de YouTube.

A través de la historia se contará las diferentes tradiciones de que tienen las culturas folclóricas y afros. Su riqueza cultura es una de las más conocida a nivel de todo el mundo y deseada por conocer por parte de los turistas. Esto se puede apreciar por la gran cantidad de extranjeros que visitan ciudades como Cotacachi, Otavalo, El Chota, etc. En estos lugares conocen sus diferentes tradiciones, su vestimenta tradicional, sus danzas, su comida, sus artesanías, su música y sobre todo su gente.

Es por ello que “Conociendo mis raíces” no quiere que la cultura se pierda y no quiere que solo se queden en los extranjeros sino más bien que los más pequeños de la provincia de Imbabura se enamoren de su tierra, de sus raíces de lo que verdaderamente importa que aprendan primero antes que lo moderno. Porque es una era fuerte por la digitalización la cual ha robado la atención y estimula en los niños que se interesen por ello y no por lo que ya existía, sus raíces. “Conociendo mis raíces” viene con el cambio, un cambio en la historia, un cambio en lo moderno y un cambio en las plataformas digitales. Primero porque no existe un canal de YouTube que imparta estos conocimientos culturales de Imbabura para niños y niñas. Segundo en el ambiente educacional y con la ayuda de estrategias se promoverá en las instituciones y hogares a que se impulse la realización de proyectos educacionales que integren conocimientos culturales que no los hagan olvidar sus raíces y sobre todo experimentar actividades nuevas que les ayudarán a enamorarse de su cultura una de ellas es el aprender sobre danza y música. Se realizará su contenido divertido, de con prendimiento fácil y llamativo.

4. Contenido

El programa piloto abarcará danza, vestuario y un poco de historia sobre el cantón Otavalo. El nombre del primer programa se llamará “Mi Otavalo Querido”. Por lo tanto, el contenido que se verá a continuación se distribuirá en los diferentes programas que tendrá el canal.

Tabla 6

Contenido del Programa

DANZA
HISTORIA
MAGIA
VESTUARIO

Fuente: Elaboración propia

5. Programación

“Conociendo mis raíces” tendrá la publicación de un video semanal todos los días lunes a las 17:00 pm hora en la cual los niños realizan sus tareas y los padres ya pueden estar al pendiente de qué contenido ven. El programa durará aproximadamente de 13 a 15 minutos.

-Diseño del Canal

Nombre: “Conociendo mis raíces” es un nombre corto, fácil de recordar y surge de la elección de los niños y niñas de las dos instituciones. El nombre tiene la intencionalidad de mostrar que es lo que se va a compartir con los niños y niñas y que no pierda el impacto a primera vista. “Conociendo” es la acción que los niños y niñas van hacer. Y “Raíces” enfocado en el folclore y cultura afro que se enseñará.

Logotipo: En su centro se encuentra la imagen de un libro abierto. Desde el libro, se extienden formas onduladas que simbolizan las raíces del conocimiento, creando una sensación de movimiento y crecimiento, Además de una figura indígena y afro que es lo que representa a nuestro canal, la cultura.

Figura 21

Logotipo del canal de YouTube “Conociendo mis Raíces”



Fuente: Elaboración Propia

La paleta de colores utilizada es principalmente tonos tierra, como marrón y un tono de azul que representa el color de preferencia del creador de contenido, para reforzar la idea de las raíces y la naturaleza. Además, los colores transmiten una sensación de seriedad y sabiduría.

En la parte inferior del logotipo, se encuentra el texto "Conociendo mis raíces", escrito en una fuente sencilla y legible. La fuente del texto se llama: Vintage Party FreeVersion. Esta mantiene las mismas formas que las "Raíces" que salen del libro, para mantener un equilibrio.

El logotipo transmite una imagen de aprendizaje y conexión con nuestras raíces, ya sea culturales, históricas o personales. El libro simboliza el conocimiento que podemos adquirir y las raíces que se extienden desde él representan cómo ese conocimiento puede ayudar a la educación del público objetivo, manteniendo un equilibrio entre formalidad y gráficos que pueden ser apreciados por los niños.

Concepto: Crear un ambiente favorable en la plataforma YouTube que imparta conocimientos enriquecedores para niños y niñas de las instituciones analizadas.

6. Estructura.

Tabla 7

Estructura del programa

INTRO
BIENVENIDA

CONTEXTUALIZACIÓN DEL TEMA A TRATAR
EJECUCIÓN DE LAS ACTIVIDADES
DESPEDIDA

Fuente: Elaboración propia.

7. Guion Técnico

Tabla 8

Guion: Técnico del programa piloto

Tiempo	Plano	Imagen- Descripción	Texto	Sonido
10"	General	Logo		Canción del programa. La cual será "Tierra preciosa de Imbabura"
1 minuto	Plano medio largo	Presentadora con ropa normal	Hola amiguitos, bienvenidos a "Conociendo mis raíces" un programa que cautivará tus sentidos y te teletransportará a sitios maravillosos de la provincia de Imbabura, para, jugar, bailar, conocer y sobre todo aprender juntos. (Chasquea)	
20"	Plano medio largo	Presentadora con ropa normal y mochila.	Acompáñame en una nueva aventura de mis raíces, tus raíces, nuestras raíces.	Música de fondo de la provincia de Otavalo

10''	Planos de carretera- General de la Ciudad de Otavalo		Texto: Hoy presentamos "Mi Otavalo querido"	Música de fondo de la provincia de Otavalo
5 minutos	Plano medio largo	Presentadora con ropa semiformal	<p>Otavalo, ay mi lindo Otavalo. ¿Ustedes sabían que la historia de Otavalo empezaría 28000 años atrás? ¿Es mucho verdad? El repartimiento de la encomienda de Otavalo se inicia con Sebastián de Benalcázar quien lo funda en el año de 1534, teniendo como patrono a San Luis.</p> <p>Pero Que significa el repartimiento de encomienda ¿Repartimiento de indios y tierras de las colonias americanas a partir del descubrimiento y conquista</p> <p>En Otavalo existieron Indígenas que No vivían en sus comunidades, sino en sitios estratégicos desde el punto de vista del intercambio comercial. Luego fueron habitando más indígenas al cantón.</p> <p>Y de ahí viene mi traje. Es un traje típico de las otavaleñas que lo veremos a continuación.</p> <p>(Chasquido)</p>	

20''	Plano medio largo (Otavalo)	Presentadora con semiformal	Wow esto de teletransportarse es muy divertidos. Pero ahora conoceremos sobre la vestimenta de la mujer indígena.	Música de fondo de la provincia de Otavalo
25''	Tomas de las artesanías, blusas, con la presentadora, dialogando.			Música de fondo de la provincia de Otavalo
2 minutos			<p>Amigos aquí en Otavalo hay un tesoro, su artesanía es increíble, las hualcas, son collares realizados a mano por las mismas indígenas. Estas hualcas son de oro puro y otras son realizadas de un material diferente para danzas y eventos. Sus blusas son bordadas a mano, los anacos son de una tela muy suave son de color azul y blanca, este de aquí se llama rebozo y su ubicación son de diferentes formas dependiendo su estado civil. A demás usan una faja la cual es bordada a mano tiene diferentes modelos, pero debajo de esta usan la Mama chumbi una faja roja grande la cual significa la faja madre. Y, por último, sus alpargatas ahora existen de diferentes modelos, pero la tradicional son estas. Los hombres tienen blancas y las mujeres azules.</p> <p>Esto es increíble amigos me encanta Otavalo su gente, su vestimenta, pero ahora</p>	

			vamos a conocer la parte más divertida de todo nuestro viaje este es el “Baile” Acompañenme.	
6 minutos		Presentadora con ropa deportiva	<p>Bien amiguitos, es momento de pararse de la cama, del sofá y mover ese cuerpito, que hoy aprenderemos 3 pasitos típicos de nuestro Otavalo querido, no sin antes contarles que el baile que es tradicional de nuestros pueblos indígenas es el “FOLCLORE” Bien, ahora quiero invitar a una amiguita muy especial para que baile con todos nosotros. Pero ustedes me van ayudar a que aparezca a la cuenta de tres chasquean conmigo, unoooo, doooooos, treesss,</p> <p>(Chasquea)</p> <p>-Les presento ella es Niki.</p> <p>- ¿Hola Niki como estas? ¿Lista para aprender a bailar folklore conmigo?</p> <p>Niki : -SI, listísima</p> <p>- Bien empezamos paso número uno.....</p> <p>-Intentémoslo con música</p> <p>-Paso numero dos</p> <p>-Intentémoslo con música</p>	

			<p>-paso número tres</p> <p>-Intentémoslo con música</p> <p>-Todo bien Niki?</p> <p>Niki : -Si estupendo y si ahora juntamos los 3 pasos?</p> <p>-Que gran idea, hagámoslo.</p> <p>(se baila los 3 pasos con música)</p> <p>- Increíble lo hicieron super bien, igual tú Niki</p> <p>-Gracias, me divertí mucho y sobre todo aprendí de los bailes tradicionales de Otavalo.</p> <p>-Así es y ustedes? ¿Qué tal les fue en casa? Me imagino que muy bien.</p> <p>-Bueno amigos es hora de volver a casa c: y a dar nuestro último chasquido del día de hoy.</p> <p>(Chasqueo)</p>	
15”		Presentadora con ropa tradicional de Otavalo	<p>Ahora evaluaremos todo lo que vimos el día de hoy. Yo iré diciendo las prendas y ustedes responden el los comentarios. La primera persona que responda correctamente será mi siguiente invitado especial en el próximo programa. Empecemos. (Se pregunta cada prenda)</p>	

			<p>¿qué tal el viaje de hoy? ¿Genial verdad? A mí me encantó y más porque compartí con ustedes y sobre todo aprendimos muchísimo. Pero aquí no termina este gran viaje por la cultura de Imbabura. No olviden suscribirse al canal de “Conociendo mis raíces” , activar las notificaciones en la campanita para estar pendiente del siguiente video porque hay muchos temas nuevos por aprender y cultura imbabureña por conocer”.</p>	
--	--	--	---	--

Fuente: Elaboración propia basado en: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo (2023)

8. Link del Programa Ejecutado:

<https://youtu.be/YBM86H8Bsos>

9. Link promocional del programa:

<https://youtu.be/Inxdq-XxOQI>

CONCLUSIONES

A continuación, se exponen las conclusiones de la investigación realizada mediante la implementación de los siguientes instrumentos: entrevistas, encuestas y grupos de enfoque.

El uso de las plataformas digitales en el entorno educativo es provechoso en cierta parte, pero no en el entorno cultural, no se imparte ni se motiva a la investigación de sus raíces ni en la institución, ni en el hogar. Se observa un nivel bajo de elección por los contenidos culturales y prefieren solo tutoriales, los videojuegos y chatear.

La educomunicación como paradigma y con la ayuda de ciertas herramientas específicas y estrategias, se puede convertir en un arma muy poderosa para desarrollar un proyecto educomunicativo cultural exitoso, enriquecedor para niños y niñas, que llame su atención, sea divertido y tenga como su principal objetivo el recuperar conocimientos de los pueblos indígenas y afros.

En cuanto a las autoridades superiores los padres, ellos necesitan una educación mediática sobre cómo mantener a salvo a sus niños y niñas de las plataformas digitales de contenidos inapropiados para su edad. Debido a que, por su trabajo y alguna u otra ocupación no prestan atención a lo que consumen sus hijos, generando que las plataformas digitales se apoderen del niño o niña y controlen su lista de preferencias en contenidos.

La realización de un canal de YouTube que imparta conocimientos culturales de la provincia de Imbabura a los niños y niñas de 8 a 11 años permite que no se pierda el valor, el amor, la pertenencia de sus raíces. Por lo tanto, el éxito para su realización es darle a los niños y niñas lo que desean, diversión, información directa, concisa, que sea dinámico, atractivo y moderno.

RECOMENDACIONES

Dentro de un proyecto que integra a niños es darles lo que ellos piden. Ellos son quienes indirectamente manejan el camino al éxito de la investigación realizada y con ayuda del focus group se conoció sus gustos, sus deseos, su nivel de conocimiento de lo que se quiere impartir. Por lo tanto, se sugiere tener en cuenta los siguientes aspectos para posteriores investigaciones relacionadas al tema o para una mejora del proyecto educomunicacional efectuado.

Se propone que toda institución dentro de su malla curricular implemente la enseñanza de una forma creativa, didáctica o recordatorio sobre la cultura de la provincia de Imbabura, cultura general o conocimientos que queden grabados en la memoria de los niños y niñas, con el objetivo de que conozcan sus raíces y aprendan a valorar este tipo de contenidos y sobre todo les guste consumir los mismos.

La educomunicación es un buen método para que a través de los medios digitales se pueda facilitar el aprendizaje de los niños y niñas. Frente a ello se recomienda apoyarse de ella, pero delimitar el tiempo en las plataformas para la investigación de temas, consultas, deberes y un poco de diversión de los niños. Por ejemplo, buscar una plataforma con juegos que ayuden a aprender sobre un tema que elija.

La educación a padres de familia, sobre qué tiempo en plataformas digitales es lo factible para sus hijos o el estar pendientes de qué contenido ven, es recomendable para una próxima investigación crear una plataforma que se llame “Escuela para padres en tiempos digitales”. Para mejorar el control a sus hijos, pero no con el objetivo que los vean como una amenaza sino más bien como un aliado digital pero responsable.

Por último, es necesario que profesores y creadores de contenido actualicen sus conocimientos y estén prestos a nuevos cambios referente a temas modernos que puedan beneficiar a los niños y niñas de las instituciones y sobre todo apoyarse del canal de YouTube para generar un mayor crecimiento y no solo sea llamativo para las dos instituciones analizadas sino también para más instituciones del cantón Ibarra y llegue a expandirse toda información de las raíces indígenas y afros de Imbabura.

REFERENCIAS

- Aguaded Gómez, J. I. (2005). Estrategias de edu-comunicación en la sociedad audiovisual. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (25-34).
- Alvin Toffler. (1980). La tercera ola. Ediciones Nacionales. Obtenido de: <https://cudeg.com.uy/wp-content/uploads/2017/10/La-tercera-ola.pdf>
- Antón, J. (2014). Religiosidad afroecuatoriana. Primera edición. Ediecuritorial. Quito - Ecuador. p.34.
- Arribas, A., & Islas, O. (2009). Niños y jóvenes mexicanos ante Internet. *Razón y Palabra*, (67).
- Benítez, N., Hernández, A., Gurría, J., Cisneros, L. (2016): "Hechos y Realidades de las Principales Culturas del Ecuador, con énfasis en los Pueblos Kichwas de Imbabura, a partir de la Historia, El Territorio, la Constitución e Indicadores de Desarrollo". *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, n. 21 (diciembre 2016). Obtenido de: <http://www.eumed.net/rev/turydes/21/kichwas.html>
- Posligua, R. y Zambrano, L. (2020). El empleo del YouTube como herramienta de aprendizaje. *Rehuso*, 5(1), 11-20. Doi: 10.5281/zenodo.679594
- Burgess, J., & Green, J. (2018). YouTube: Online video and participatory culture. EE. UU.: John Wiley & Sons.
- Cabrera, Y. R., & Suárez, Y. C. (2022). Cultura audiovisual en educadores/as de la primera infancia. *Revista de la Dirección de la Informatización de la UCPEJV*. Universidad de Cuba, (1-9).
- Caicedo, C., Ormazá, H., Domínguez, L. y Cavallos, A. (2020). La educomunicación y su aporte en la elaboración de recursos didácticos comunicación y estrategias didácticas. Primera edición 2020. Instituto Superior Tecnológico Japón.
- Canelo, B. F. (2010). Las Redes Sociales. Lo que hacen sus hijos en Internet. Alicante, España: Editorial Club
- Castillo, L. (2020). YouTube, ¿un camino hacia la interculturalidad participativa?. DOI: <https://doi.org/10.16921/ciespal.14.5>
- Chaves Montero, A.: "La utilización de una metodología mixta en investigación social". En: Kenneth Delgado, Santa Gadea, Walter Federico Gadea, Sara Vera - Quiñonez, coordinadores. Rompiendo barreras en la investigación. 1ª ed. en español. Machala: UTMACH, 2018. p. 164-184
- Escribano, Dr Juan José García. (2019). Taller: Estrategias cualitativas: focus groups. Universidad de Musia.

- Espinel Rubio, G, Hernandez Suarez, C y Rojas Suárez, J. (2020). *Usos, apropiaciones y prácticas comunicativas de los usuarios adolescentes de Facebook*. Saber, Ciencia Y Libertad.
- Ex Alumnos del Sánchez y Cifuentes. (2020). Cambios a lo largo de la historia. Obtenido de: <http://exalumnosanchezycifuentes.com/cambios-a-lo-largo-de-la-historia/>
- Fernández García de Vega, E. (2021). El uso de los medios de comunicación de Twitter, sobre el coronavirus. (*Tesis de Licenciatura*). Universidad Francisco de Vitoria.
- Fernández, J. (2017). YouTube: ¿Plataforma social o medio de comunicación? Estudio de su potencial como renovación de los medios tradicionales. (*Tesis de Licenciatura*). Universidad de Coruña.
- García, R., Pérez, A., y Torres, A. (2018). *s Educar para los nuevos Medios*. Editorial Universitaria Abya-Yala.
- García-Ruiz, R., Duarte, A. & Guerra (2014). Propuesta de un instrumento de evaluación para medir el grado de competencia mediática en la etapa de educación infantil. pixel-bit. *Revista de Medios y Educación*, núm. 44, pp. 81-96.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo (2023). Historia de Otavalo. Recuperado de: <http://www.otavalo.gob.ec/web/historia/#:~:text=En%20Otavalo%20existieron%20%E2%80%9CIndios%20Mercaderes,ubic%C3%B3%20en%20un%20lugar%20privilegiado.>
- González, M, González, S, Hernández, V. (2017). Uso del video y de la plataforma YouTube en el contexto Educativo Universitario. (*Tesis de Licenciatura*). Pontificia universidad javeriana.
- Grasso, L. (2006). *Encuestas. Elementos para su diseño y análisis*. Editorial Brujas.
- Hernández-Sellés, N. (2021). Herramientas que facilitan el aprendizaje colaborativo en entornos virtuales: nuevas oportunidades para el desarrollo de las ecologías digitales de aprendizaje. *Educatio Siglo XXI*, 39(2), 81-100.
- Kaplún, M. (1998). Una pedagogía de la comunicación. Ediciones de la Torre, Madrid.
- Kemp, S. (26 de enero de 2022). *Digital 2022: Informe General Global*. DATAREPORTAL. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>
- Koh, C. (2014). Exploring the use of Web 2.0 technology to promote moral and psychosocial development: Can YouTube work? *British Journal of Educational Technology*, 45(4), 619-635. doi: <https://doi.org/10.1111/bjet.12071>
- Luna Cerón, M. J., & Gonzaga Martínez, L. M. (2019). Patrimonio cultural inmaterial del pueblo afroecuatoriano de las parroquias rurales del cantón Ibarra-Imbabura. (*Tesis de pregrado*). Universidad Técnica del Norte.

- Lozano, M. B. G., Luna, S. U., Sánchez, B. B., & Vargas, I. F. V. (2019). El WhatsApp como medio de comunicación e interacción en la comunidad universitaria.
- Maldonado, A. (2022). Cultura Kichwa, interculturalidad y gobernabilidad. *Revista Aportes Andinos (AA)*, (13). <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/aa/article/view/3650>
- Maraza-Quispe, B., Alejandro-Oviedo, O., Fernández-Gambarini, W., Cisneros-Chavez, B., & Choquehuanca-Quispe, W. (2020). Análisis de YouTube como herramienta de investigación documental en estudiantes de educación superior. *Publicaciones*, 50(2), 133-147.
- Medina, F. (2020). Instagram como recurso didáctico para desarrollar la escritura creativa: caso microrrelato. *Cuaderno de Pedagogía Universitaria*, 17(33), 84-93.
- Montoya, A. (2018). Comunicación educativa, educomunicación y educación mediática: una propuesta de investigación y formación desde un enfoque culturalista. <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/7678/pdf>
- Pasquali, A. (1980) Comunicación y cultura de masas. Caracas: MonteÁvilaEditores. 5taEdición.
- QUIERO UN BLOG. (2022). Revelamos Diez Ventajas y Desventajas De YouTube. <https://quierounblog.com/revelamos-diez-ventajas-y-desventajas-de-youtube/>
- Renés Arellano, P., Gozávez Pérez, V. y Berlanga Fernández, I. (2020). YouTube e influencers en la infancia. Análisis de contenidos y propuestas educativas, *Icono 14*, 18 (2), 269-295. doi: 10.7195/ri14.v18i2.1455
- Sarduy, Y. (2007). El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa. *Revista Cubana de Salud Pública*, 33(3).
- SCOLARI, Carlos (2008): Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona: Gedisa, 317 pp. ISBN: 978-84-9784-273-0.
- Sue Aran-Ramspott, Magdalena Fedele, Anna Tarragó. (2018). Funciones sociales de los Youtubers y su influencia en la preadolescencia. *Iberoamericana*, vol. XXVI , núm. 57 , págs. 71-80. <https://www.redalyc.org/journal/158/15856696012/html/>
- Torres, R. H. (2019). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGRAW-HILL INTERAMERICANA. ISBN: 978-1-4562-6096-5
- Túñez-López, M., Costa-Sánchez, C. y Valdiviezo, C. (Eds.), (2018). Comunicación Organizacional en entornos online. Gestión, actores y recursos. Cuadernos Artesanos de Comunicación, nº 149. La Laguna (Tenerife): Latina
- Unidad Educativa “Rafael Suárez”. (2019). Reseña Histórica. Recuperado de: <https://www.unidadrafaelsuarez.com/index/about.html>

Valles, M. S. (2003). *Entrevistas cualitativas* (Vol. 32). CIS.

ANEXOS

Llevantamiento de información cuantitativa y cualitativa

Cualitativa:

Se realizó 3 entrevistas a expertos en el área cultural, medios digitales y educomunicación. Además, se realizó un focus group en cada institución investigada.

Transcripción de entrevistas

Entrevista Sra. Consuelo Terán de Suárez

Perfil: María Inés Consuelo Terán Sevilla. Gestora cultural y maestra.

Investigadora: - ¿Qué es cultura?

Sra. Consuelo: - La cultura es el saber del pueblo. Es todo lo que miramos, todo lo que respiramos y todo el hacer cotidiano, todo lo que el pueblo expresa. Porque ahí está involucrado todo lo que somos.

Investigadora: - ¿Qué es la identidad cultural?

Sra. Consuelo: - Identidad cultural es todo lo que somos, que está involucrado con la cultura. Identidad cultural es saber las tradiciones y costumbres de nuestro pueblo, de dónde venimos, lo que hacemos y hacia dónde vamos.

Investigadora: - ¿Qué es la ciudadanía intercultural?

Sra. Consuelo: - La ciudadanía intercultural es la diversidad de culturas, que nos toca afrontarlo, que hay que fortalecerlo a través de intercambios culturales y que a través del dialogo se adquieren nuevas experiencias que fortalecen a nuestra cultura y que también puede generar nuevas expresiones culturales porque también puede referirse a la interacción equitativa de diversas culturas con la posibilidad de generar nuevas expresiones culturales compartidas siempre a través de diálogo y el respeto mutuo.

Investigadora: - ¿A qué nos referimos cuando hablamos de pueblos indígenas?

Sra. Consuelo: - Todo en tu entrevista se concatena lo uno con lo otro. Los pueblos indígenas son nuestro origen, nosotros somos un pueblo mestizo, porque hasta las canciones dicen yo soy Ecuador, sangre de indio y de español, un ejemplo. Pero los pueblos indígenas, al referirnos a ellos, tenemos que ser muy respetuosos de sus tradiciones y costumbres que han venido desde miles de años atrás.

Investigadora: - ¿Es importante conocer sobre la cultura imbabureña?

Sra. Consuelo: - Es importantísimo, porque la cultura es lo que somos, es importantísimo conocer las raigambres, las tradiciones y costumbres de nuestro pueblo que se han manifestado a través del tiempo, a base de la tradición oral, o sea, de generación en generación. Los abuelitos contaron a sus hijos, a sus hijos, a sus nietos y sus nietos y así sucesivamente seguirán conversando de las costumbres y tradiciones del pueblo. Por ejemplo, una tradición “La fiesta de la casa nueva”, La Teja, costumbre que se da en regocijo al realizar la última etapa de esa tradición y costumbre que es la fiesta de la casa nueva, ese sería un ejemplo y así un sinnúmero de costumbres y tradiciones que los pueblos han ido arraigando hace miles de años atrás, y que al menos lo que queda, lo que hemos investigado, lo que se ha observado, se costumbre hasta los días de hoy, se acostumbra hacerlo hasta los días de hoy.

Investigadora: - ¿Considera que los niños y niñas deberían tener conocimiento sobre la cultura imbabureña?

Sra. Consuelo: - Yo considero fundamental. Pienso que dentro del pensum académico del Ministerio de Educación debe haber una, ahora ya no es asignatura porque todo ha cambiado a través del tiempo en lo que yo sé pero por ejemplo, ahora dicen los proyectos culturales dentro de los proyectos culturales debería estar inmerso todo lo que es costumbres, tradiciones del pueblo, para que los niños vayan queriendo y amando a lo que es el me, a lo que somos dentro de la historia, a lo que somos dentro de las tradiciones y costumbres de nuestro pueblo, ir fomentando eso mediante lecturas, dramatizaciones, danzas, ritmo y movimiento y en expresión, en especial expresión cultural, como medio educativo.

Investigadora: - ¿Por qué cree que se ha perdido el enfoque de impartir materias que servían para conocer sobre historia y cultura?

Sra. Consuelo: - A mí me parece que a través del tiempo los diferentes gobiernos, los diferentes ministerios y en lo que yo he vivido, a mí me parece un tremendo error que hayan quitado, por ejemplo, la cívica y urbanidad Carreño, que era el principal que nos daban. Entonces ahí está esta, está toda nuestra, nuestro hacer cultural que debemos de tomarlo como el respeto, los valores humanos y en especial lo que a mí dentro de mí más me dolía es cuando hubo el cambio del pensum académico en gobiernos anteriores en donde se quitaba la urbanidad moral, cívica y en especial la historia de nuestro pueblo. Ahora el pensum académico está muy reducido y los estudiantes no saben lo que gracias a Dios nos inculcaron a los anteriores. Yo recuerdo que hubo también una parte de una protesta del doctor Enrique Ayala Mora al ver el nuevo pensum académico donde quitaban todo lo referente a historia del Ecuador, la geografía del Ecuador y él publicó un libro mediante la Universidad Andina muy valioso, que yo le guardo como reliquia, porque eso es fundamental. Ojalá se vuelvan a retomar y cambien el pensum académico, no saben nada los de ahora, ni de historia, ni de geografía, ni de literatura cuando a nosotros nos decían aquí está la novela, la novela Cumandá, para la próxima clase libro leído. Todo eso se ha ido perdiendo mediante el tiempo.

Investigadora: - ¿Qué tan factible podría ser la realización de un canal de YouTube que imparta estos conocimientos culturales a los niños y niñas?

Sra. Consuelo: - Es importante que crean que haya la creación de un canal sobre este tema, pero es más importante que no solamente se difunde en el canal, sino que en todos los medios de comunicación haya por lo menos una hora cultural, que se imparta todo lo que hemos ido perdiendo a través del tiempo, que es nuestro yo, nuestro ser cultural. Como dije anteriormente, quiénes somos, de dónde venimos, hacia dónde vamos en lo que se refiere a la cultura y el hacer cultura de nuestro pueblo, en especial al origen, tradiciones y costumbres de lo que han hecho los antepasados y de lo que perdura hasta hoy. Y entonces no solamente el canal debe haber un canal, pero en especial debe difundirse en todos los medios de comunicación. Sin embargo, de ellos hay uno que otro canal que imparte, pero es muy corto, muy pequeño, pero sería fabuloso.

Investigadora: - ¿A través de la danza folclórica se puede conocer más sobre los pueblos indígenas?

Sra. Consuelo: -Primero, incentivando en los padres de familia para que los padres de familia sepan que es un deber de todo ecuatoriano de fomentar las tradiciones y costumbres de nuestro pueblo, que por favor antes de la alineación, que estamos alineados de toda, como se dice hasta vulgarmente, hasta la coronilla de toda la alineación de las danzas modernas cuando tú eres una de ellas del hip hop, de lo que he oído, del hip hop, reggaetón, etc de todo ello, es importante ello en la juventud, por la expresión, el ritmo, el movimiento está también acorde a todo ello, pero primero para mí es lo nuestro, primero incentivar en las niñas, en lo nuestro, la música, la danza, tradiciones y costumbres de nuestro pueblo ecuatoriano y pues ahora la juventud se impone, respetar también que a la juventud le gusten esos ritmos modernos que han venido a ser prioritarios, dijera yo en este tiempo. Prioritarios porque quieren bailar, quieren divertirse, pero hay que primero incentivar en los padres de familia que sus hijos retomen el amor a lo que es nuestra danza ecuatoriana, música ecuatoriana, vestuario ecuatoriano hermoso, el más hermoso para mí del mundo, como todo el mundo en el aspecto folclórico, en el aspecto cultural, en los concursos, en los festivales debe primar la danza ecuatoriana, que es una de una de mis pequeños, como se dice, dentro de un conglomerado humano de lo que es danza, música, tradiciones, costumbres, literatura, cuestión social, gastronomía. Todo eso tiene que retomarse y poner en el pensum académico y tratar de hacer, programaciones a todo nivel radio, prensa, televisión y todos los medios de comunicación para que vayamos por un camino, que sería el volver a retomar y revivir la cultura de nuestro pueblo.

Investigadora: - Usted cómo exponente de la cultura que estrategias han utilizado para difundir la cultura?

Sra. Consuelo: -Dentro de mi proyección del proyecto cultural del grupo Ñucanchi Llacta de Ibarra Ecuador lo que hemos hecho es incentivar, yo personalmente, en el colegio Lidia Sevilla León incentivábamos la música y la danza nacional desde Educación Inicial y continuar hasta el bachillerato para que amen a lo nuestro. Entonces yo diría que todos debemos de hacerlo, hay poco interés en los padres de familia, en mandar a sus hijos a los clubs, a las academias, a los talleres de danza. En los niños siempre empieza como la juventud, pero estoy trabajando mucho en la Casa de la Cultura y en lo que se refiere a este proyecto cultural, que cabalmente tú me lo has preguntado y que primero hay que incentivar en los niños lo nuestro. Ahora, por ejemplo, siempre en el grupo he tenido pocos alumnos,

este caso serías tú, que desde la niñez has venido y es una gran satisfacción para uno, porque tú eres una verdadera artista, sabes todos los riesgos, empezando por el nacional con el cual estuviste desde niña, pero esos son pocos casos. Ahora, en la Casa de la Cultura, le he puesto taller de danza, pero es una verdadera escuela de danza el grupo Ñucanchi Llacta porque estamos incentivando, haciendo presentaciones y está viniendo ya la gente, los niños pequeños y procurando también no hacer solo la danza ecuatoriana, sino también un poco de danza moderna, porque es propio y es característico los niños de ahora ya nacen con la con el deseo de compartir, de bailar, de hacer muchas vivencias de tener muchas vivencias, de imitar. Entonces es importantísimo que todos los que conforman educación, los padres de familia a todo nivel, incentivamos en nuestros hijos primero lo nuestro, la danza y música nacional y de ahí pues todo lo que ahora la juventud innata les pide que la danza moderna.

Investigadora: - ¿Por qué cree que los padres de familia ya no incentivan a los niños para que conozcan sobre la cultura?

Sra. Consuelo: - Yo pienso que hay una razón en lo que tú me dices el tiempo de ahora no es el tiempo de antes, papá y mamá trabajan, los dejan a los niños con o con empleados en guarderías o con otras actividades no, pero hay que abrirse un poquito. Yo pienso que depende del padre de familia, porque si tengo yo en mi escuela de danza, de grupo de danza Ñucanchi Llacta, tengo gente que le gusta mucho y viene y les deja a los niños, entonces ese valor a lo nuestro tienen que tener que todos tienen que ser, yo diría una palabra precisa, tienen que incentivar en los hijos y luego a repetir el amor a lo nuestro. Incentivarlos por decirte dándoles un premio. Ahora sí, si a ustedes me van a hacer esto, vamos a premiar les de tal o cual forma. Ahora, claro, hay unos días que les gusta más, a otros menos y a otros nada, pero hay que ir cultivando poco a poco y aprovechar a los que más les guste para que realicen estas actividades.

Por ejemplo, hay una niña que está en los ocho o diez años y ella ya quiere participar con los grandes, quieren estar en donde no les corresponde todavía, pero eso hay que aprovechar, hay que armar, hay que hacer coreografías tradicionales de nuestro pueblo, pero que a ellos les guste, que sean alegres, cuando como es normal y en todas partes del mundo, al menos en el nuestro, nuestra música es, tiene varias facetas, es triste, es melancólica y es también muy alegre. Entonces hay que tratar de rescatar y aplicar y luego de que estén ya formados, sacar a escena y hacerles participar. A mí, como no me gustaría hacer y tenía idea para este año, ojalá para el próximo año quiero hacer una danza masiva, me encanta porque tuve grandes maestros. Fíjate si tu entras en el internet algún momento, fíjate en Perú, en Argentina, en Bolivia, en Grecia y te diría la marinera masivo, Zorba el griego masivo, un San Juanito que hiciéramos aquí masivo él mismo en un yo digo en la plaza céntrica y yo digo en el estadio, pero eso sería maravilloso, desde luego no una sola persona bajo un director, todos los instructores, cada cual en su media, y eso sería de incentivar en lo nuestro, al menos teniendo el elemento humano como ustedes lo tienen en la universidad, no? Entonces eso es maravilloso.

Investigadora: - ¿Cuál sería una buena estrategia para poder inculcar en los niños y niñas en la cultura?

Sra. Consuelo: - Pienso que eso ya depende de cada uno en su hogar, en su casa de acuerdo a como nos hemos criado, de dónde venimos. Pero claro, si nos ponemos a hacerlo, tendría que haber unas más pequeñas charlas, conferencias, seminarios, inculcar primero a los padres de familia, porque de ellos depende con la ayuda de ellos y como decir desde la raíz, cuidando que los niños cultiven lo nuestro, pero todo depende también mucho desde arriba del Ministerio de Educación, ellos tienen que cambiar el pensum académico si quieren que el país cambie y que vayan muy bien preparados a la universidad. Si tú me preguntas un poema de Dolores Veintimilla de Galindo, yo te lo digo porque yo tenía que aprenderme de la noche a la mañana si tú como anfitriona de un evento, que vengan gente del extranjero tienes que saber latitud, longitud, altura, gastronomía, sitios tradicionales, arquitectura de nuestra ciudad porque cuando yo he viajado nos han dado una lección con los guías turísticos en el Perú nomás en Lima. ¿Sabes a qué altura está la ciudad? Tan fácil que es mil, 1222 metros sobre el nivel del mar nuestra ciudad seguídita. Temperatura de 13 a 30 grados a veces estamos aquí paralela a cero, clima, ¿todo eso debemos saber todos por qué? Porque si bien el que tenemos los que viajamos afuera en representación del país, debemos saber todo, porque se aprende mucho viajando y hay que imitar lo bueno y descartarlo mal.

Investigadora: - ¿Cómo ve la participación de niños y niñas actual con los grupos de danza?

Sra. Consuelo: - Es muy poco más se actúa adolescentes e inclusive ya gente, dijéramos adolescentes, jóvenes en poquito, jóvenes, adultos que están entrando, están conservando, pero en lo que se refiere a los niños hay muy poco, más los niños están en las academias de danza moderna, esta está bien, pero sí hay que incentivar un poco y hay que pensar es que hay que ir desde abajo, desde la raíz. Si ellos están como tú, desde pequeños quieren, aman lo nuestro, tú eres un ejemplo de ello no pudieron irse tantos a viajar al último festival el folclor en Arequipa y te fuiste tú porque amas, quieres lo nuestro, se fueron los que aman y quieren y a pesar de todo, dejan todo a un lado y por decirte así sea perdiendo los cargos, porque ha habido casos de que han renunciado, pero se han ido. ¿A qué? A vivir Lo que no se puede vivir en la vida nunca. Ni siquiera es repetido, porque cada festival es diferente de eso.

Y doy gracias a Dios porque yo he aprendido mucho, he viajado antes porque nos daban transporte, alojamiento, alimentación y hasta viáticos, ahora ya no, el grupo que organiza el festival tiene que dar alojamiento, alimentación, pero el transporte hay que costearse. Pero una vez en años es bueno hacerse un sacrificio, porque las vivencias de eso son para toda la vida.

Entrevista especialista en medios digitales: David Lema

Perfil: David Lema. Coordinador digital, se dedica a todo lo relacionado con temas de marketing digital, comunicación digital y asesoramiento en comunicación a empresas nacionales e internacionales.

Investigadora: - ¿Considera que el uso de las plataformas digitales aporta en la educación?

David Lema: - Claro que sí. En los últimos años el tema de la educomunicación se ha desarrollado muchísimo, sobre todo en el ámbito digital. Yo creo que es sobre todo a raíz de

la pandemia, el tema de la educomunicación adquirió muchísima más relevancia, puesto que ya fue una obligación tanto para escuelas, colegios, universidades, estar inmersos dentro ya del mundo digital como tal para justamente les obligó a la pandemia estar dentro de la educomunicación. Entonces existen ahora infinidad de plataformas digitales que permiten muchísimo el tema de la educomunicación, sobre todo en el tema digital, y creo que sí son muy importantes, sobre todo para tener ese contacto directo con las personas. ¿Cuál es la diferencia entre una educación normal o la tradicional que nosotros lo conocemos y la digital? Básicamente radica en que desde el lugar que estemos podemos ingresar a estudiar es más no es necesario trasladarnos a un lugar específico para nosotros poder iniciar a aprender. En el caso, por ejemplo, de las plataformas como redes sociales ya son utilizados, redes sociales normales, comunes, ya son utilizadas también para el tema de educomunicación, donde he visto inclusive páginas de como fanpage de Facebook y también las utilizan para temas de educomunicación, igual Twitter, igual en Instagram y no digamos YouTube que es otra plataforma que se utiliza muchísimo para el tema de educación. Entonces sí, pues ha venido evolucionando y creo que tiene un papel muy importante actualmente dentro de la de la educación en general.

Investigadora: - ¿Existe algún aspecto negativo que se deba tomar en cuenta cuando queremos hacer proyectos educomunicativos directamente en las plataformas y enfocado en niños?

David Lema: - Creo que hay dos cosas que tomar en cuenta son muy importantes. Las redes sociales si se utiliza redes sociales para temas de educomunicación, considero que hay dos aspectos que se deben tomar en cuenta. El primero es que a pesar de que son plataformas muy difundidas y además son plataformas que también buscan tema de negocio, entonces al buscar un tema de negocio o temas económicos, está inmerso el tema de pauta, videos y demás y no existe ningún tipo de filtro sobre qué tipo de publicidad es la que me va a llegar a mí. Entonces, si yo tengo un proyecto que va dirigido hacia niños, es muy importante tomar en cuenta de que la plataforma en la que voy a utilizar, que tipo de publicidad es la que me va a parecer a mí. Y adicional a eso también es del tipo de contenido que aparece en las diferentes plataformas tampoco tiene ningún tipo de filtración en cuanto a lado que yo voy a hacer. Es decir, si yo voy a buscar algún tipo de información concreta, digamos, sobre Imbabura o sobre comunicación o sobre tecnología, Además, si yo pongo las palabras claves para buscar sobre eso, no necesariamente me va a aparecer lo que yo necesito que aparezca, sino puede aparecer cosas inclusive que van en contra del tema de los niños. Es por eso que también hay que tomar en cuenta que, por ejemplo, plataformas como YouTube están previstas para mayores de 17 años. Entonces, dentro de las políticas de YouTube están previstas para mayores de 17 años, plataformas como Facebook si son para mayores de 12 años, pero sin embargo siempre con supervisión te ponen que debe tener supervisión de adulto, aunque acá no, no, no, no se tiene eso. Hay una plataforma que se llama YouTube Kids que se ha visto que utilizan para el tema de educomunicación, pero es más dirigido al contenido, por ejemplo, de dibujos animados y demás, no he visto tanto que esté explotada para el tema de educación como tal, pero ahí sí existe un control, porque YouTube lo que hace en YouTube Kids es como que ponerte contenido exclusivo para niños porque está

generado para niños. Entonces es la otra opción que también se podría hacer. O sea, sí existen formas de poder ir un poco filtrando información, pero hay que saber cómo hacerlo y que esté súper bien dirigido, saber cómo se lo va a hacer, o sea, debe haber primero, una capacitación de tanto desde la parte que está proponiéndose el tema de educación, como de la parte que va a decir si los padres de familia que van a tener contacto con las plataformas para que creen una cuenta para niños, porque Google por ejemplo, permite crear cuentas para niños desde niños, desde recién nacidos inclusive puede se pueden ya crear una cuenta de Google, pero poniendo inclusive la edad y crear una plataforma exclusiva o un correo exclusivo, por ejemplo para los niños y es para que los papás puedan estar muy en contacto de lo que están haciendo, que los niños que contenido están viendo y demás. Pero la mayoría de papás no saben eso y dejen que utilicen por ejemplo las plataformas de YouTube de forma libre y ahí es donde se generan más problemas, porque no existe ningún tipo de filtración de contenido, no?

Investigadora: - Entonces, ¿Es necesario que cuando se vaya a implementar un proyecto comunicativo, los padres también se eduquen ya que podría crear un riesgo en los niños?

David Lema: - Exactamente, es más, el primer paso debería ser primerito la educación hacia los padres de cómo utilizar las plataformas para que sepan cómo utilizar las plataformas para sus hijos. Y el siguiente paso vendría ser ya a educación a los niños como tal desde la plataforma. Entonces eso yo creo que es súper importante para que justamente no generar ningún tipo de problemas

Investigadora: - ¿Considera usted que las plataformas digitales cuentan con credibilidad?

David Lema: - El tema de las fakenews es un tema bien complejo, ¿no? O sea, todas las redes están pero totalmente empañadas por el tema de los fakenews Y es justamente la libertad que tienen las diferentes redes sociales para difundir cualquier tipo de información, entonces, la credibilidad lógicamente, desde ya hace muchos años las redes la vienen perdiendo ya casi no dicen no a lo que dicen en las redes ya se sabe que no es verdad, porque no se sabe exactamente cuál es la fuente precisa y entonces sí, han venido perdiendo muchísima credibilidad. Sin embargo, continúan siendo el primer canal de información de la gente y seguirán siéndolo porque ahora la gente ya no compra el periódico, ya no es las noticias de la televisión, el primer lugar de donde se informa a la gente son las redes sociales, el internet en general pero tomando en cuenta como las redes sociales. Entonces, a pesar de que si no tienen credibilidad siguen siendo el primer canal de información de las personas.

Investigadora: - A los niños y niñas en la actualidad se los considera como nativos digitales, ¿Cuál es su análisis de consumo de contenido de redes sociales en niños y niñas en la actualidad?

David Lema: - El tema de qué consumo vienen haciendo los niños es un tema de derechos sociales, también es un tema bien complejo, porque como te decía, no existe una educación de parte de los papás para manejo de las plataformas adecuadas para los niños. Entonces los niños, la mayoría, la mayoría de veces, la mayoría de veces lo que hacen es coger el celular del papá para poder ver YouTube, poder ver cualquier red social y demás pero lógicamente la red social de los papás está hecha para adultos y no es una cuenta exclusiva para niños.

Entonces el contenido que ellos están consumiendo es contenido para adultos, más no es un contenido que está hecho especialmente para niños. Por eso decía yo que es súper importante que, si los niños van a utilizar algún tipo de canal de red social o como YouTube o demás, tengan una cuenta que sea creada para el tipo de perfil y edad que tiene el niño para que le aparezca el contenido exclusivo que va a tener. Entonces, si yo cojo el celular del papá, entonces lógicamente va a haber contenido que por lo general tiene el papá, ¿no? Y también los algoritmos que se utilizan, las plataformas están en base a los gustos que tienen las personas. Entonces, lo que está consumiendo el niño es el gusto que tiene los videos del papá. Entonces ahí viene el problema, entonces más bien deberían, si es que un padre de familia decide que su hijo puede consumir contenido de internet o redes sociales, debería tener cuenta de exclusivas o creadas para niños para que sea el consumo del contenido que es dejado para mí en YouTube eso sí permite, cuando uno va a subir un video a la plataforma pues te permite poner si es un video creado para niños o no porque justamente lo que te decía que cuando la cuenta es creada para niños te empieza a aparecer un contenido hecho para niños. Entonces existe ese tema de filtración que, si lo permite YouTube, pero el problema es que los adultos no están educados para que los niños hagan ese tipo de filtración.

Investigadora: ¿Los productos audiovisuales generan en los niños y niñas un mejor proceso de aprendizaje?

David Lema: - Si, yo creo que funcionan muy bien sobre todo el tema de YouTube porque esta comprobado que la mayoría de la gente, ahora se auto educa, ósea ya no es tanto la educación formal que se tenía antes de ir a la escuela, de estar sentado frente al maestro y el maestro te enseñe, ahora hay una autoeducación y para esto son estas plataformas. Entonces por ejemplo YouTube es una plataforma que da muchísimo, porque somos bastante visuales y el YouTube al ser un tema de video la gente consume muchísimo video y al ser nosotros bastante visuales nos permite captar muchísimo lo que se esta diciendo, entonces ya en edición, tú sabes que en edición de video pasa millón cosas para captar la atención, para poder educar, para generar mayor interacción y demás, entonces es muy importante que si se tiene estas plataformas pues si va ayudar muchísimo para la captación hasta yo creería de mayor entendimiento de las cosas, ósea si ayuda muchísimo estas plataformas a generar mayor conocimiento y sobre todo como te decía al tema de la autoeducación.

Investigadora: - ¿A YouTube se le puede considerar como una herramienta educocomunicativa?

David Lema: - Si totalmente, inclusive hay escuelas que ya lo vienen implementando ¿no? Hay muchísimas escuelas que ya utilizan el YouTube como canal de información y como te decía esto fue a raíz de la pandemia que se popularizó muchísimo más porque habían profesores inclusive que como no tenían la capacidad de por ejemplo dar clases en vivo a través de una plataforma, entonces lo que hacían era grabarse la clase, lo subían a YouTube y los niños entraban a ver a cualquier hora del día la clase que iba a dar la profesora por el YouTube, entonces se convirtió ya en un canal de difusión y claro ya después se fue tipificando más y ya no era solo la profe que era subiendo y se grababa ella sola sino que ya vio que habían herramientas de edición, entonces a parte que ella se grababa les iba poniendo

un video, les ponía una canción, les ponía juegos, les ponía no se alguna explicación que encontraba en otro video de YouTube, los unía y los mandaba, entonces se convierte en una plataforma total de educación y también de auto educación porque también lo chévere de YouTube es que puedes entrar en cualquier momento lo que no pasa en una clase, que estás ligado a un lugar específico y a una hora específica, en cambio en estas plataformas tu entras a la hora que tú quieres y las veces que quieras y si no entendiste simplemente regreso y vuelvo a ver y sigo aprendiendo.

Investigadora: - ¿YouTube cumple con las herramientas necesarias para empezar un proyecto educomunicativo?

David Lema: - Ósea yo creo que YouTube si tiene ya una plataforma bien establecida ya tiene establecido para niños, de contenidos para niños sino si creo que le falta en tema de educomunicación, en tema de educación como tal, está más orientada a tema de entretenimiento que es diferente al tema de educación, es como te digo cuando alguien sube un contenido dirigido para niños la mayoría son dibujos, caricaturas y este tipo de cosas, no tanto en educación, talvez debería crearse para YouTube una tipo categoría que diga educación para que sepan que todos los videos que están en dentro de esa categoría son educación, para diferentes edades, categorías para que sepan que hay este tipo de filtración también. Ahora bien, ya existe como te digo esta parte que hace importante como te digo que YouTube ya puede filtrar contenido para niños y hay cuentas exclusivas creadas para niños, pero falta esta parte importante que es la educación a padres de familia, que primerito sepan, cómo y que tipo de cuenta el niño puede utilizar y hasta donde puede ver, que tipo de videos puede ver para que esto funcione.

Investigadora: - ¿Considera que a través de un canal de YouTube se pueda difundir la cultura de una provincia adaptado para niños y niñas?

David Lema: - Claro que sí, podría funcionar muchísimo porque como te digo somos bastante visuales y los niños ahora mas que nunca son más visuales porque pasan metidos en el tema de YouTube, celular y demás. Es un canal que yo creo que si adecuado para cualquier tipo de campaña, en este tipo de campaña de generar la cultura desde YouTube también funciona muy bien sino que ahí ya viene la parte creativa desde la persona que lo está haciendo, cómo lo va hacer, cómo va a llamar la atención del niño, por ejemplo se podría hacer a mi se me ocurre un personaje, no se un personaje que sea típico del lugar y convertirlo en caricatura para poder publicar estos videos que generen este tipo de investigación y que a los niños les llame la atención, porque como te digo la mayoría de videos que existen en YouTube orientados a niños son caricaturas, entonces si es que vamos por ahí se podría crear una caricatura para niños con un personaje que sea típico del lugar por ejemplo, entonces eso podría servir muchísimo para educar.

Investigadora: - ¿Qué tipos de contenidos consumen los niños hoy en día?

David Lema: - Había justo tres, ayer estaba leyendo y habían tres categorías que los niños están viendo, el consumo de los niños son tres temas, primero videojuegos, les encanta este tipo tutoriales de videojuegos que existen en la actualidad que no se si has visto pero sube un niño un video jugando y como que les va indicando como se juega tal cosa, Minecraft,

bueno diferentes juegos y son los que mayor reproducciones tienen y es lo que mayor consumen los niños, el segundo es el tema de las caricaturas, en general super héroes y demás y el tercero aunque no lo creamos es contenido para adultos, aquí es un tema poco complicado pero es la tercera categoría que los niños más consumen.

Investigadora: - Con la difusión de contenido cultural como tradiciones, costumbres, historia, danza, ¿considera que los niños si tengan la intencionalidad de interesarse en el tema?

David Lema: - Ósea actualmente no lo hacen porque no existe ese tipo de contenido, yo creo que al existir ese tipo de contenido y como te decía dependiendo de la forma creativa que se le presente a los niños el contenido, pues yo creo que si podría tener en efecto bastante positivo y sobre todo el tema de consumo porque como te decía dentro de la segunda categoría de caricaturas que consumen los niños entonces si es que lo harían desde esa perspectiva como creando caricaturas sobre el tema, generando ahí, los niños ya se van a interesar sobre la temática y lo van a consumir, pero en este momento y como tal no está dentro del consumo que hacen los niños y es porque no existe ese tipo de contenidos.

Investigadora: - ¿Es necesario que se difunda contenido cultural?

David Lema: - Claro que sí, en el currículum actual que tienen los niños en las escuelas ya no existe el tema de materias que generen este como apego cultural y eso desde mi punto de vista es un error bastante fuerte actualmente dentro del tema educativo. Entonces si es que existiera la forma de generar mayor contenido en este sentido ayudaría muchísimo a que las personas, los niños sobre todo se vayan involucrando en el tema cultural, que conozcan un poco más de donde vienen, quiénes son los personajes de la ciudad ósea todo lo que este referente al tema cultural que es muy importante porque generar cultura significa generar un tema de pertenencia, de conciencia de donde yo soy, entonces eso no existe actualmente, es un error que existe en el tema educativo pero que si se le podría generar desde las redes sociales y desde otros ámbitos

Investigadora: - ¿El desconocimiento sobre la cultura de la provincia tiene relación con la aparición de las redes sociales y plataformas digitales?

David Lema: - El tema cultural se va generando desde el día que uno nace, desde que uno nace se va involucrando en la forma en que uno habla, en la forma en que uno actúa desde las costumbres que vamos teniendo, todo eso va generando cultura, sin embargo en el Ecuador y ya es un tema generalizado en el Ecuador que no existe una apropiación de la cultura o identidad, es decir como que no tenemos y no somos orgullosos de una identidad propia es como que siempre buscamos identidad en otro lado. En otros países se puede ver claramente que la gente es muy orgullosa de su cultura y de lo que hacen, en Ecuador eso no pasa. En Ecuador el tema cultural es muy, ósea tenemos muchísimos tipos de culturas en el país pero sin embargo ninguna es como que no existe una identidad como país y en eso también se genera a través de una cultura y eso tiene que ver muchísimo con el tema de educación, en lugar de ir fomentando esta identidad y esta cultura dentro de los mismos estudios que tienen los niños por ejemplo en las escuelas al contrario se lo ha ido quitando

por ejemplo la materia de cívica que se daba donde te contaban todo lo que pasaba en el tema histórico como fueron el tema de guerras, ahora ya no se da, entonces eso genera muchísimo también desapego a la identidad cultural y a lo que uno tiene, así que si es importante ese tipo de campañas o cosas que se pueden crear para generar esta cultura que nos está haciendo falta del lado educativo



Entrevista especialista en educomunicación: Msc. Ana María Beltrán

Perfil: Msc. Ana María Beltrán. Doctora en el programa de educomunicación, se desarrolla en dos grupos de investigación, uno en su universidad y otro interamericano, con un CD en Perú.

Investigadora: ¿Qué es educomunicación?

Msc. Ana María Beltrán: Muy bien. Una definición acercada a una conceptualización sería que la educomunicación es una disciplina. Una disciplina que, si tú me la pones como educomunicación, yo te hablo del concepto más arraigado en la vertiente sociocultural latinoamericana. Porque si hablamos de otras manifestaciones estaría la media literacy o media in communication, o los estudios de los medios y las audiencias, por ejemplo pero educomunicación, es un panorama bien hispanoamericano, se puede decir, que trata desde la perspectiva de la teoría social de los medios problematizar acerca de su influencia y de cómo la educación, y ahí sí también todo, lo que está inmerso en la disciplina de la pedagogía, de la propia educación, pueden apoyar en ese panorama a la formación de ciudadanos más críticos en el contexto de los medios.

Investigadora: ¿Y cree que la educomunicación como un modelo trascendería para mejorar la educación en los niños y niñas de alrededor de todo el mundo sobre los diferentes temas que se imparte?

Msc. Ana María Beltrán: Sí, sí creo. Es prácticamente a lo que nos dedicamos, pero lo que pasa es que, mira, en los últimos tiempos no ha habido un continuo de ese concepto de educomunicación nos quedamos como en la perspectiva de los 70 y tenemos que aterrizar eso en una realidad digital super diferente, que incluso la literatura habla de que nos está llevando a aprender de forma diferente, a conocer las cosas de forma diferente. Entonces pienso que sí, pero pienso que hay ahí una brecha y un reto super grande en actualizar esa perspectiva, de hacerlo un eje trascendental, inclusive yo estudié eso en una de mis investigaciones y como campo del saber, ninguna de las universidades, por ejemplo, en Ecuador, lo tienen contemplado, entre sus principios, entre sus competencias genéricas, en la forma en cómo transversalmente se puede involucrar al discurso de los medios en la educación. Entonces, eso es grave.

Investigadora: **¿Por qué sería importante empezar a generar proyectos educomunicativos para niños y niñas?**

Msc. Ana María Beltrán: En los niños, porque son un público vulnerable, porque el lenguaje de los medios, aunque no se lo crea, configura la mayoría de las manifestaciones sociales en la actualidad, que los niños no están exentos de esto, por más de que se hable de ciertas restricciones en los usos y consumos, están muy vigentes en el consumo de plataformas de streaming, de contenidos, de un lenguaje inclusive configurado no para ellos, por ejemplo, en los youtubers, los instagramers, entonces, ahí hay que meter un buen proceso de educación más en los youtubers, o que te digo, los TikTokers hoy, de educación desde la realidad con ese propio lenguaje. Es importante que ese lenguaje sea entendido como el lenguaje de base de ellos, por el que aprenden, por el que conviven, por el que se comunican. Y desde ahí es importante que esté presente la educación de los niños en la forma en cómo distribuyeron narrativas interesantes.

Investigadora: **¿La educomunicación es una herramienta mejorada del sistema educativo tradicional o es una herramienta muy aparte?**

Msc. Ana María Beltrán: No, la educomunicación no es una herramienta. La educomunicación es un fondo, vamos a decir, epistemológico, es un paradigma de acción, como hay muchos otros. La educomunicación trata de aunar las perspectivas investigativas y de investigación a acción de diversos contextos y a partir de otras disciplinas, por eso se dice que es tanto una disciplina bien mixta, que parte de diferentes abordajes sociales, tratar de configurar herramientas. Además, las herramientas ya están dadas. Los medios sociales son unas, el discurso en los medios tradicionales son otros, esas son las herramientas. La educomunicación es los lentes que tú te pones para observar eso, para poder dilucidar en ese fenómeno.

Investigadora: **Y en la actualidad, ¿cómo la educomunicación mejora el aprendizaje de los niños y de las niñas?**

Msc. Ana María Beltrán: ¿La educomunicación cómo mejora? Es como hablarte de las teorías de la comunicación que estudiamos, en los usos de gratificaciones, en los efectos limitados, de los ilimitados, no mejoran, son focos de acción, las propuestas que en el campo

comunicacional se pueden hacer es lo que mejora. Una de esas propuestas es el entendimiento del lenguaje de los medios sociales o de las plataformas y de sus habitantes, por ejemplo, los YouTube, para poder elevar la calidad de las narrativas. Eso es una propuesta de mejora de la educación, en este caso la tuya. Esa es una propuesta concreta. Lo que hay que entender es el paradigma y las propuestas de la educomunicación. ¿Cómo hace la vertiente de análisis de la educomunicación que eso mejore, que se enfoque en elevar la capacidad crítica de los ciudadanos, pero a partir de comprender sus usos reales y consumos, qué les emociona, qué no les emociona de los medios? Y las cuestiones nocivas y los alcances de esas cuestiones, un poco diversificando también la evaluación de sus competencias para analizar esos medios.

Investigadora: ¿Qué opinión tiene sobre los contenidos de YouTube que se dirigen directamente a la niñez ecuatoriana?

Msc. Ana María Beltrán: Pues, a ver, yo pienso que... Tengo diversas opiniones, pienso que no podemos desechar que es un paradigma, como te digo, de comunicación que está presente, que forma parte de la vida de los niños con todas sus diferencias, porque solo en acceso a Internet hay diferencias, no todos están conectados. Sin embargo, a ver, por estadísticas, muchos de los niños están consumiendo estas perspectivas entonces, demonizar, más bien es analizarlas a través del paradigma de la educomunicación y ver cómo se puede a partir de ello mejorarlas y cómo se puede también un poco tomar esa narrativa y llevarlas a las perspectivas educativas. De lo que hemos analizado hay grandes ejemplos. Como hay cosas malas, pero es que no están dirigidas específicamente para niños, hay buenos ejemplos en la constitución de las narrativas, cosas puntuales que por las que los niños aprenden mucho más con un profesor en la clase. Y también hay, por ejemplo, hay tendencia un poco a infantilizar, entonces nadie ve esos programas, por ejemplo, en el contexto educativo formal, nadie ve los programas del propio Ministerio de Educación elaborados para niños. Y por el otro lado, también hay que establecer una barrera, hay que educar a los papás, no a las escuelas, a los papás, en hacer un visionado conjunto de lo que están viendo los niños, porque hay cosas que no son para niños. Los Youtubers, los youtubers ahora de live style, los niños son los que más les están viendo y estos youtubers se vuelven sus referentes, entonces que podemos hacer, quitarles los millones de vista que ellos tienen, no, es nuestra opción es educar, de una perspectiva como más cercana mas etnológica, no lejana que sean mas críticos en si lo ven poder sacar patrones educativos a partir de ello y llevar esto a un plano educativo, ósea no hay bueno ni malo, es la perspectiva que tengamos como nos volvemos más críticos.

Investigadora: ¿Las redes sociales son viables para realizar productos educomunicativos?

Msc. Ana María Beltrán: Educando a todo el público común no solo a los padres, a ver el padre es el que educa porque es el formador principal, porque es el que tiene que estar como que tiene que estar pendiente del crecimiento crítico, la escuela en cambio es la transformadora social, tiene que no alejarse del uso de las redes sociales ni de sus narrativas, tiene que comprender las narrativas y saber de qué están hechas la fortaleza técnica, la

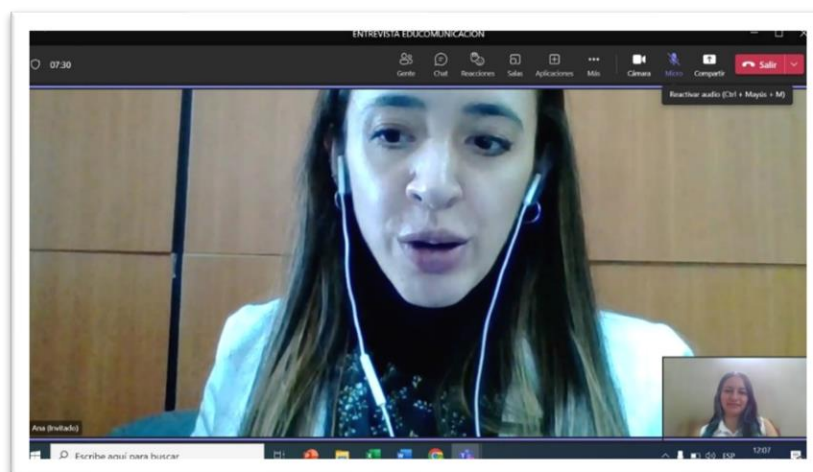
fortaleza en contenido, en narrativa, en cómo se estructura la forma en como emociona. Y que los profesores tengan esta competencia, que las instituciones brinden esta competencia para que el profesor se vuelva un mediador en esto y si si creo que es pertinente que haya narrativa de medios sociales para la educación y sobre todo para transformación cultural, si lo creo pertinente.

Investigadora: ¿Considera que YouTube cumple con lo necesario para empezar proyectos educomunicacionales?

Msc. Ana María Beltrán: YouTube es un monstruo, no es al YouTube que tenemos que ver, es la propia dirección del proyecto que se tiene que enfocar bien si esa es tu plataforma base y si la narrativa puede estar ahí bien fundamentada, claro si tienes una divulgación gratuita, una difusión gratuita, te ve el que es el que no es, tienes también un poco guarda barreras, tienes posibilidad de que los comentarios sean nocivos de que se utilice para otros fines, hasta de que se convierta en una mofa, se satirice, se convierta en bulo, no cierto, muchas cosas pero tiene que estar muy bien estructurada esa propuesta educomunicativa para que YouTube y su forma de ser establezca una difusión, un crecimiento, una proyección de ese objetivo de hacer una divulgación cultural.

Investigadora: ¿Qué tan factible puede ser la realización de un canal de YouTube para educar a los niños y niñas sobre la cultura, tradiciones, danza, música sobre una provincia?

Msc. Ana María Beltrán: Yo veo que es factible, hay que analizar un poquito cual es el formato, el género que hay que utilizar para que este canal pueda lograr tener éxito y hay que conectarlo con otras iniciativas, yo siempre le hablo a mis estudiantes que los proyectos de educomunicación no es la creación de un canal, si a ese canal no le vas a dar visibilidad por otras estrategias no sirve de nada, si no educas a los profes para que ocupen el canal, para que sistematicen la información, si es que la institución no le da debida organización, porco sirve para mejorar, entonces si es factible conectada con tu proyecto y observando, viendo otros productos, de otros proyectos de otros canales ya creados y además ver que está mal, qué está bien, qué está por mejorar, qué replico.



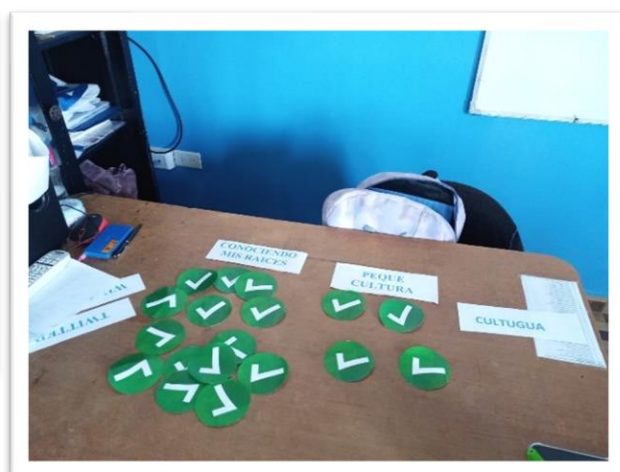
FOCUS GROUP

Unidad Educativa Sánchez y Cifuentes

(Videos)

https://utneduec-my.sharepoint.com/:f/g/person/smcalvachic_utn_edu_ec/EhW5B4m3sp9GIQK0jm_h6VCoBoepK7fEe0n-p05_TJek6wQ?e=dnVPRy

(Imágenes)



Unidad Educativa Rafael Suárez



Cuantitativa: Se realizó encuestas online a padres de familias de las dos instituciones investigadas. Obteniendo 246 respuestas, 123 de la escuela Rafael Suárez y 123 de Sánchez y Cifuentes.

Encuesta Padres de Familia Rafael Suárez



Encuesta Padres de Familia Sánchez y Cifuentes



Validación de Encuestas: