

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA
CARRERA DE COMUNICACIÓN



TEMA:

**“EDUCOMUNICACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES: ANÁLISIS DE CONSUMO DE
CONTENIDO EDUCATIVO EN YOUTUBE DE LOS ESTUDIANTES DE
BACHILLERATO EN LA ZONA RURAL DE IBARRA”**

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

Línea de investigación: Desarrollo social y comportamiento humano.

AUTOR(A):

Odalys Melisa Sánchez Muñiz

DIRECTOR(A):

Msc. Miriam del Consuelo Andrade Palma

Ibarra, 2025



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

DIRECCIÓN DE BIBLIOTECA

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: | 1752762227 | | |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | Sanchez Muñiz Odalys Melisa | | |
| DIRECCIÓN: | Gral. José María Córdova 97 (Parroquia la Dolorosa del Priorato) | | |
| EMAIL: | omsanchezm@utn.edu.ec | | |
| TELÉFONO FIJO: | | TELÉFONO MÓVIL: | 0961476486 |

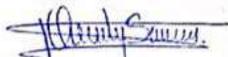
| DATOS DE LA OBRA | |
|--------------------------------|--|
| TÍTULO: | Educomunicación en entornos digitales: análisis de consumo de contenido educativo en YouTube de los estudiantes de bachillerato en la zona rural de Ibarra |
| AUTOR (ES): | Odalys Melisa Sánchez Muñiz |
| FECHA: DD/MM/AAAA | 13/02/2025 |
| SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO | |
| PROGRAMA: | <input checked="" type="checkbox"/> GRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO |
| TITULO POR EL QUE OPTA: | Licenciada en comunicación |
| ASESOR /DIRECTOR: | PhD. Paola Mantilla / Msc. Consuelo Andrade |

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 13 días, del mes de febrero de 2025

EL AUTOR:



.....
Odalys Melisa Sánchez Muñiz

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

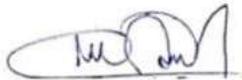
Ibarra, 13 de febrero de 2025

MSc. Consuelo Andrade

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.



MSc. Consuelo Andrade

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a mis padres; Limber Sánchez y Sara Muñiz quienes siempre creyeron en mí, su amor incondicional y su apoyo constante han sido mi mayor fortaleza en los momentos difíciles, gracias por estar a mi lado tanto en los buenos como en los malos momentos.

A mis hermanos; Raquel, Kevin y Mateo, por ser parte esencial de mi vida y regalarme siempre su compañía, amor y alegría.

A mi bisabuela, quien a pesar de su partida continúa siendo mi mayor inspiración, su legado de fortaleza y sabiduría ilumina cada uno de mis pasos.

Y a mí misma, porque, aunque muchas veces quise rendirme encontré dentro de mí el valor para seguir adelante, este triunfo es un reflejo de mi perseverancia y la fe en mis sueños.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a la fe que siempre me ha sostenido. A mi familia, por ser mi pilar fundamental, y a cada uno de sus miembros, quienes me apoyaron incondicionalmente para alcanzar este sueño. A la Universidad Técnica del Norte, mi alma máter, por haberme acogido durante todos estos años de aprendizaje y a mis profesores quienes con paciencia y dedicación dejaron en mí valiosas enseñanzas.

Un especial agradecimiento a mi directora de tesis Miriam del Consuelo Andrade, por su guía y apoyo constante. Finalmente, a mis amigos de toda la vida y a aquellos que encontré en el camino universitario, gracias por estar a mi lado en este proceso inolvidable.

RESUMEN

La presente investigación, titulada “Educomunicación en entornos digitales: análisis del consumo de contenido educativo en YouTube de los estudiantes de bachillerato en la zona rural de Ibarra”, analiza el uso de YouTube como herramienta educativa entre los estudiantes de bachillerato. Se utiliza un enfoque metodológico mixto para responder al objetivo principal: comprender si los estudiantes emplean esta plataforma principalmente como recurso para el aprendizaje y la realización de tareas o si su uso se centra en el entretenimiento.

En las conclusiones, se subraya cómo la tecnología ha transformado el entorno educativo, dando lugar al surgimiento de nuevas plataformas digitales. Los estudiantes de la Unidad Educativa Valle del Chota valoran YouTube como una herramienta educativa eficaz debido a su capacidad para ofrecer contenido detallado, especialmente a través de videos explicativos creados por educadores. Aunque YouTube conserva un rol clave en el aprendizaje, su uso para el entretenimiento ha disminuido, ya que otras plataformas como TikTok (videos cortos), servicios de streaming (videojuegos) y Spotify (música) dominan en esos ámbitos.

Este estudio resalta la relevancia de YouTube como herramienta educativa, evidenciando tanto sus ventajas como las limitaciones frente a la creciente competencia tecnológica. Los hallazgos buscan contribuir al diseño de estrategias más efectivas para promover el uso de entornos digitales en la educación.

Palabras clave: Redes sociales, educación, educomunicación, entornos digitales, contenido educativo, YouTube, estudiantes.

ABSTRACT

This research, titled "Educommunication in Digital Environments: Analysis of Educational Content Consumption on YouTube by High School Students in Rural Ibarra," examines the use of YouTube as an educational tool among high school students. A mixed-method approach is employed to address the main objective: to understand whether students primarily use this platform as a resource for learning and completing tasks or if its use is focused on entertainment.

The conclusions highlight how technology has transformed the educational environment, leading to the emergence of new digital platforms. Students from the Valle del Chota Educational Unit consider YouTube an effective educational tool due to its ability to provide detailed content, especially through explanatory videos created by educommunicators. While YouTube remains a key tool for learning, its use for entertainment has declined as other platforms such as TikTok (short videos), streaming services (gaming), and Spotify (music) dominate in those areas.

This study emphasizes the relevance of YouTube as an educational resource, showcasing both its advantages and its limitations in the face of increasing technological competition. The findings aim to contribute to the development of more effective strategies to promote the use of digital environments in education.

Key words: social media, education, educommunication, digital environments, educational content, YouTube, students.

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN | 13 |
| CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO | 15 |
| 1.1. Comunicación..... | 15 |
| 1.2. Teorías de la comunicación..... | 15 |
| 1.2.1.La era de la comunicación digital..... | 16 |
| 1.2.2. La sociedad red..... | 17 |
| 1.2.3. La Aldea Global..... | 18 |
| 1.2.4. Sociedad hiperconectada | 19 |
| 1.3. Teorías de la Educomunicación | 19 |
| 1.3.1. Educomunicación..... | 20 |
| 1.3.2. Evolución de la educomunicación | 21 |
| 1.3.3. Estrategias educomunicativas para adolescentes | 22 |
| 1.3.4. Educomunicación en entornos digitales..... | 23 |
| 1.4. Comunicación digital | 23 |
| 1.4.1. Competencias mediáticas digitales en adolescentes | 24 |
| 1.4.2. Alfabetización digital..... | 25 |
| 1.4.3. Modelos de alfabetización digital | 25 |
| 1.5. Plataformas digitales | 27 |
| 1.5.1. Redes sociales..... | 27 |
| 1.5.2. Plataforma YouTube..... | 28 |
| 1.5.3. Ventajas y desventajas del uso de YouTube | 29 |
| 1.5.4. YouTube como herramienta educativa..... | 30 |
| 1.5.5. El ecosistema de YouTube | 30 |
| 1.5.6. El rol de los Edutubers..... | 32 |

| | |
|--|----|
| CAPÍTULO II: METODOLOGÍA | 33 |
| 2.1. Tipo de investigación | 33 |
| 2.1.1. Técnicas e Instrumentos | 34 |
| 2.1.2. Preguntas de investigación y/o hipótesis | 34 |
| 2.1.3. Matriz diagnóstica | 35 |
| 2.1.4. Participantes / Población y muestra..... | 36 |
| 2.1.5. Procedimiento de análisis de datos | 37 |
| CAPITULO III: RESULTADOS..... | 37 |
| 3.1. Presentación de resultados | 37 |
| 3.2.Resultados Cuantitativos y Cualitativos de la investigación..... | 38 |
| 3.3. Análisis de resultados de la encuesta | 38 |
| 3.4. Análisis de las entrevistas | 47 |
| DISCUSIÓN | 50 |
| CONCLUSIONES | 52 |
| RECOMENDACIONES..... | 52 |
| BIBLIOGRAFIA | 54 |
| ANEXOS | 58 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|----------------|--|
| Tabla 1 | <i>Modelos de alfabetización digital</i> |
| Tabla 2 | <i>Descripción de variables de la encuesta</i> |
| Tabla 3 | <i>Descripción de las variables de la entrevista</i> |
| Tabla 4 | <i>Participantes / Población y muestra</i> |
| Tabla 5 | <i>Perfil de los expertos</i> |
| Tabla 6 | <i>Verificación del estado de las hipótesis</i> |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|------------------|---|
| Figura 1 | <i>Ranking de plataformas sociales a nivel global</i> |
| Figura 2 | <i>Interfaz de videos verticales llamados shorts YouTube</i> |
| Figura 3 | <i>Interfaz de transmisión en vivo de YouTube</i> |
| Figura 4 | <i>Género de los participantes</i> |
| Figura 5 | <i>Rango de edad de los participantes</i> |
| Figura 6 | <i>Especialidad de bachillerato de los participantes</i> |
| Figura 7 | <i>Conocimiento sobre la plataforma YouTube</i> |
| Figura 8 | <i>Uso educativo de la plataforma YouTube</i> |
| Figura 9 | <i>Canales educativos en YouTube</i> |
| Figura 10 | <i>Equidad de tiempo entre entretenimiento y aprendizaje en YouTube</i> |
| Figura 11 | <i>Tipo de contenido que los adolescentes buscan con más frecuencia</i> |
| Figura 12 | <i>La plataforma ayuda a comprender mejor los temas académicos</i> |
| Figura 13 | <i>Comparte recursos educativos encontrados en YouTube con sus compañeros ...</i> |
| Figura 14 | <i>Confirmación de credibilidad de los videos educativos encontrados en YouTube</i> |

Figura 15 *Participación para la creación de contenido para un canal de YouTube*

Figura 16 *Colaboración entre educadores y Youtubers*

Figura 17 *Recomendaciones de videos de YouTube por parte de los docentes*

INTRODUCCIÓN

La educomunicación es un ámbito interdisciplinario que combina la educación y la comunicación, evoluciona constantemente para generar nuevas perspectivas y su dinámica implica la creación, transformación y reconstrucción de la realidad, con el propósito de potenciar el pensamiento crítico de las personas ante los medios de comunicación y las tecnologías digitales (Domínguez et al., 2022).

Con la llegada de Internet en los años 90, la comunicación experimentó una transformación profunda. Las personas empezaron a conectarse y compartir información de forma instantánea e interactiva, mediante herramientas como el correo electrónico, los foros y las redes sociales, que permitieron un intercambio comunicativo bidireccional. Poco después, surgieron plataformas de aprendizaje en línea y educación virtual, ampliando el acceso a la formación a nivel global.

Es así como aparecen programas de alfabetización mediática, que buscan preparar a los jóvenes para enfrentar el mundo mediático con criterio propio. Las instituciones educativas y los organismos internacionales, como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), empezaron a reconocer la importancia de enseñar a los estudiantes a analizar, evaluar y crear contenido mediático como parte esencial de su formación.

Uno de los autores pioneros de la educomunicación es el brasileño Paulo Freire, cuyo enfoque pedagógico se basa en el concepto de educación liberadora, plantea la idea del diálogo como el centro de un aprendizaje transformador. En su obra *Pedagogía del oprimido*, Freire subraya la importancia de una relación de igualdad entre el educador y el estudiante, donde ambos participan activamente en el proceso de construcción del conocimiento (Aguilar, 2020).

Por otro lado, Joan Ferrés (2010) teórico de la educomunicación en España, propone que la alfabetización mediática es esencial para que los estudiantes comprendan y utilicen los medios de manera consciente. En sus escritos, como *La educación como industria del espectáculo*, explica que la educomunicación debe ayudar a los jóvenes a desarrollar un pensamiento crítico frente a los medios de comunicación masiva y las redes sociales. Actualmente los estudiantes enfrentan un flujo constante de información, es así como esta disciplina busca dotarlos de habilidades para analizar y crear contenido de manera consciente y ética, adaptándose a los retos del entorno digital.

La presente investigación estudia el rol educativo de la plataforma YouTube puesto que, desde su lanzamiento y rápida expansión transformó radicalmente el acceso y la distribución de contenido audiovisual, provocando cambios tanto en la industria del entretenimiento como en los hábitos cotidianos de consumo mediático. En sus inicios la plataforma se presentó como una red social destinada a compartir videos amateur. Su primer eslogan, “Tu video-repositorio digital”, fue

posteriormente reemplazado por Broadcast Yourself (Transmítete a ti mismo), un lema que reflejaba con mayor precisión la función que la plataforma comenzó a desempeñar en sus primeros años (Ferrante & Dussel, 2022).

En cuanto al alcance, Cunningham y Craig (2019) sostienen que YouTube ofrece una diversidad lingüística, cultural, de contenido y de creadores superior a la de cualquier otra empresa digital a nivel global. Esto podría deberse a la facilidad con la que se pueden subir videos en comparación con plataformas donde la escritura sigue siendo fundamental, además de haberse convertido en un espacio destacado para el activismo mediático (Meikle, 2020).

Además, facilita la creación de entornos personales de aprendizaje, favoreciendo metodologías innovadoras como la clase invertida, una estrategia recurrente en los estudios analizados, lo que facilita la comprensión y retención de la información promoviendo el intercambio de ideas, el trabajo en equipo y el aprendizaje colaborativo que mejora la experiencia educativa y desarrolla habilidades de comunicación (Beltrán-Flandoli et al., 2023).

Los estudiantes pueden acceder a la plataforma digital desde cualquier dispositivo con conexión a internet, brindándoles la posibilidad de aprender en cualquier momento y lugar que les resulte conveniente y permite personalizar el proceso de aprendizaje según las necesidades individuales.

Posligua & Zambrano (2020) mencionan que los métodos de aprendizaje visual (organizar ideas y presentar información) enseñan a los estudiantes a aclarar sus pensamientos, procesar, organizar y priorizar nueva información, realizando estas tareas principalmente a través de dispositivos electrónicos como computadoras, tabletas y teléfonos celulares. Porque este medio brinda a las personas más y mejor acceso a información textual y audiovisual sin tener que desplazarse a lugares de estudio específicos ni comprar textos costosos, ahorrando así tiempo y dinero.

Asimismo, se explorará el papel que desempeña YouTube como herramienta de apoyo para los docentes en la gestión de estas actividades educativas y ayudará identificar las causas y proponer enfoques más efectivos, que permitan fomentar el consumo y generación de contenido educativo en los estudiantes de bachillerato, promoviendo así un mejor rendimiento y un desarrollo integral. La presencia y contribución activa de los padres de familia puede potenciar el proceso educativo, y el aprovechamiento lo cual permite al alumno llevar a cabo conocimiento de forma más efectiva, que la perspectiva pasiva cognitiva tradicional.

Este trabajo se divide en tres capítulos. En el primero se desarrolla el marco teórico centrado en la educomunicación, YouTube, el papel de YouTube como herramienta de difusión y estrategias educomunicativas en YouTube. Además, proporciona las bases teóricas necesarias para fundamentar la hipótesis. En el capítulo II se presenta la metodología, materiales y métodos

utilizados en la investigación. En el capítulo III se detallará los resultados, métodos y herramientas que se utilizaron como entrevistas a docentes y expertos y encuestas a los estudiantes de la Unidad Educativa Valle del Chota.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Comunicación

La comunicación es un proceso vital para la interacción humana, posibilita el intercambio de información, ideas y emociones a través de diversos medios. Esta capacidad es esencial para el desarrollo social, dado que facilita la organización, la difusión de la cultura y el conocimiento. También es crucial para la toma de decisiones y el progreso colectivo, por lo tanto, desempeña un papel fundamental en el avance de la humanidad.

Desde los tiempos antiguos hasta hoy, la capacidad de comunicarse ha sido clave para mantener relaciones pacíficas y resolver problemas entre las personas pues “muchos problemas y conflictos se resolverían democráticamente si la comunicación entre los seres humanos partiera de escuchar con respeto y tolerancia, posibilitando la expresión honesta y clara de los mutuos intereses y sentimientos” (Gómez, 2016, p.5).

Además, la comunicación está en continuo cambio y se ajusta a los avances sociales y tecnológicos. Su versatilidad permite que se use de manera flexible en diferentes situaciones, ya sea en la vida diaria, en el trabajo o en la educación y puede ocurrir de muchas formas, como el lenguaje oral, escrito o visual.

El teórico McLuhan (1969) sostiene que cada extensión de nuestro cuerpo, mente o ser funciona como un medio. La frase "el medio es el mensaje" refleja que la manera en que se transmite un mensaje (el medio) influye en cómo se percibe y comprende el contenido. En otras palabras, el impacto del mensaje puede variar según el canal utilizado para transmitirlo, ya sea televisión, redes sociales o prensa escrita.

1.2. Teorías de la comunicación

En el devenir del tiempo, la comunicación ha experimentado cambios dinámicos y se ha diversificado de manera notable en múltiples formas y expresiones. Este apartado se centra en cómo los medios digitales están transformando los procesos comunicativos. Diversos autores y teóricos han ofrecido contribuciones clave para comprender los cambios y fenómenos que han surgido con la digitalización de la comunicación. Se realizará un análisis detallado de distintas

teorías y modalidades de la comunicación, lo que permitirá profundizar en su comprensión y enriquecer significativamente este estudio.

1.2.1. La era de la comunicación digital

Inicialmente, la comunicación digital se centraba en el intercambio de información simple en formato textual, como correos electrónicos y mensajes de texto. No obstante, con el avance de la tecnología y el incremento del ancho de banda de internet, la comunicación digital ha evolucionado hacia formas más sofisticadas e interactivas.

El teórico Manuel Castells (2000) sostiene que Internet se originó a partir de programas de investigación militar en los Estados Unidos, pero desde sus inicios ha sido autogestionado de manera informal por un grupo de personas encargadas de su desarrollo, sin mucha intervención gubernamental. En un principio, no se le dio gran importancia, y se formó una especie de club elitista y meritocrático que, incluso hoy, ha generado instituciones únicas en su funcionamiento.

Anteriormente, los consumidores solían dedicar una cantidad considerable de tiempo a un número limitado de medios, como la prensa, la radio y la televisión. Sin embargo, en poco tiempo y hasta la actualidad, las personas empezaron a repartir su atención entre una amplia variedad de plataformas, incluyendo sitios web, redes sociales, videojuegos, blogs y dispositivos móviles (Scolari, 2012). La transformación impulsada por las tecnologías digitales ha cambiado rápidamente todos los ámbitos de la vida social, desde la educación y la política hasta la economía, la cultura, el arte y la ciencia. Ante este nuevo panorama, los grandes medios de comunicación se vieron obligados a adaptarse con urgencia, enfrentándose a un entorno cada vez más competitivo.

En pocos años, muchas actividades fueron transformadas radicalmente por la llegada de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TICS), lo que llevó al declive de los medios tradicionales y al surgimiento de nuevas formas de producir, compartir y consumir información. Plataformas como Facebook, Twitter ahora llamado X, Instagram y YouTube no solo permitieron a los usuarios conectarse entre sí, sino también crear y compartir contenido multimedia como videos y fotos a gran escala. Geneteau (2021) evidencia que vivimos en una conexión constante, dejando de ser una actividad aislada para convertirse en una experiencia continua, presente en todo momento y lugar. El entorno digital se ha transformado en un tercer espacio en la vida cotidiana de las personas.

Estas innovaciones han enriquecido las interacciones digitales, integrando multimedia, realidad virtual y transmisiones en vivo, facilitando desde reuniones virtuales hasta eventos globales en tiempo real.

1.2.2. La sociedad red

La teoría de la sociedad red, desarrollada por Manuel Castells, y la teoría de la Aldea Global, propuesta por Marshall McLuhan, son dos enfoques clave para entender la comunicación y la interconexión mundial.

En esta teoría el Internet y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son la base de una estructura que facilita las conexiones globales entre individuos e instituciones. Estas plataformas permiten desarrollar actividades económicas, sociales, culturales y políticas en un entorno digital, favoreciendo la creación de comunidades virtuales y nuevas formas de interacción.

Castells (2001) describe como un modelo social en el que las relaciones entre personas, grupos, organizaciones y naciones están organizadas en redes digitales, lo que permite una comunicación e interacción casi instantánea a nivel global. A diferencia de las estructuras tradicionales, que suelen ser jerárquicas y centralizadas, la sociedad red opera de forma descentralizada, con el poder, la información y los recursos distribuidos entre múltiples nodos. Estos nodos, que pueden ser personas u organizaciones, tienen la capacidad de acceder a la información y de influir en los demás. Así, la forma en que se producen los cambios sociales determina la evolución de la sociedad. Las redes pueden expandirse, contraerse o reorganizarse fácilmente, lo que es esencial para adaptarse a la velocidad y complejidad del mundo moderno.

Según el mismo autor, esta sociedad se caracteriza por tres aspectos clave: su capacidad para procesar y comunicar grandes volúmenes de información de manera rápida y compleja; su habilidad para reorganizarse constantemente gracias a la digitalización; y su flexibilidad para distribuir recursos e información a través de redes interactivas y digitalizadas.

En el ámbito educativo, la sociedad red ha tenido un impacto significativo. El acceso a la información y a recursos educativos ha aumentado gracias a plataformas de aprendizaje en línea, universidades virtuales y redes de intercambio de conocimiento con desafíos importantes como la brecha digital, que refleja las desigualdades en el acceso a las TIC, lo que puede profundizar las diferencias sociales y económicas.

Por otra parte, las redes sociales y medios digitales que, si bien facilita la comunicación, también aumenta la propagación de desinformación y noticias falsas, lo que puede llevar a una mayor polarización social y política, incrementa también los riesgos relacionados con la privacidad y la seguridad, exponiendo a las personas a ciberataques y a la explotación indebida de datos personales.

A medida que las tecnologías avanzan, se espera que la sociedad red siga transformándose. Innovaciones como la inteligencia artificial, la realidad aumentada, el Internet de las Cosas (IoT) y el 5G seguirán remodelando nuestras redes sociales y estructuras, generando tanto nuevas oportunidades como nuevos desafíos.

1.2.3. La Aldea Global

La teoría desarrollada por Marshall McLuhan describe un mundo cada vez más interconectado gracias a los avances en los medios de comunicación y la tecnología. Según esta teoría, las barreras geográficas se difuminan, permitiendo una comunicación inmediata y el intercambio de información a nivel global. En el centro de esta visión está la idea de que la tecnología ha eliminado las distancias físicas, creando una sensación de comunidad global y transformando las dinámicas de interacción social en el mundo moderno.

McLuhan (1985) sostiene que la forma más natural de comunicación es la oral. Argumenta que, en las sociedades occidentales, los niños crecen rodeados por tecnología visual, que tiende a ser clara, directa y orientada hacia un sentido del tiempo lineal y un espacio organizado. En cambio, los niños africanos viven en un entorno más conectado con la magia de la palabra hablada, donde la comunicación es más emocional y resonante. Este estilo de vida cambia cuando se introduce la escritura y el uso del alfabeto, lo que lleva a las personas de un mundo dominado por el sonido y la emoción a uno más racional y visual.

Es así como, los medios electrónicos han alterado significativamente el entorno social y cultural, convirtiendo lo moderno y lo global en aspectos inseparables. Aunque estos medios mantienen una cierta distancia entre el espectador y el evento, su influencia transforma el discurso cotidiano. Además, se han convertido en herramientas accesibles a personas de todas las sociedades para experimentar y construir su identidad e imagen personal (Appadurai, 2003).

En la aldea global actual, la información se comparte en cuestión de segundos, independientemente de su importancia o procedencia, tanto eventos trascendentales como irrelevantes ya sean de grandes ciudades o pequeños pueblos, se difunden rápidamente a través de redes sociales y videos virales. Un ejemplo de este fenómeno es señalado por Pérez (2012) quien explica que muchas celebridades actuales no alcanzaron su fama a través de la industria del entretenimiento tradicional, sino que fueron descubiertas en la web, esto permite a las empresas del sector ahorrar millones en promocionar artistas desconocidos. Un caso emblemático es el video Gangnam Style de Psy, que se convirtió en el video más visto en la historia de YouTube, con más de 809 millones de visitas.

Finalmente, Danet (1998) recapitula que al desdibujar la barrera geográfica varias personas llevan vidas múltiples en el ciberespacio, donde se ocultan características como la edad y el género, creando nuevas posibilidades de interacción social.

1.2.4. Sociedad hiperconectada

Hacia una sociedad 5.0 o sociedad hiperconectada se destaca que la mayoría de sus miembros están continuamente conectados a internet y otros dispositivos de comunicación, lo que permite una interacción constante y en tiempo real, en busca de la participación activa de diferentes actores como gobiernos, empresas y sociedad civil para implementar soluciones que equilibren el progreso económico y los problemas sociales.

Suarez et al., (2023) manifiesta que el nivel de digitalización de una sociedad se refleja en la manera en que los nuevos hábitos de consumo y los servicios emergentes, impulsados por el avance de las TIC, se han integrado en la vida cotidiana. Esta transformación, que abarca casi todos los ámbitos de la cultura contemporánea, genera tanto oportunidades como desafíos significativos, despertando un interés académico en constante crecimiento.

Más allá de simplemente tener acceso a tecnologías de información y comunicación. Esta hiperconexión es facilitada por el crecimiento exponencial de dispositivos conectados a internet, incluyendo no solo teléfonos y computadoras, sino también una amplia gama de dispositivos inteligentes en el hogar, el trabajo y espacios públicos.

Es completamente habitual que una persona al despertarse se dirija primero a su ordenador antes de pensar en el desayuno. En muchos casos, incluso desde la cama, utilizan dispositivos móviles con sistema operativo de iPhone (iOS) o Android, combinando la navegación en internet con el hábito de quedarse un rato más acostados, en ese primer contacto con la red, lo más común es revisar el correo electrónico, así como las actualizaciones en su lector de *feeds*.

1.3. Teorías de la Educomunicación

La educomunicación se fundamenta en diversas teorías provenientes de los campos de la educación y la comunicación, que aportan un marco comprensivo para analizar cómo los estudiantes pueden beneficiarse de los medios y de las tecnologías, ayudándoles a desarrollar una mirada crítica y activa frente a los contenidos digitales que consumen y producen. De acuerdo con Prieto Castillo (1996), “la educación es un acto de libertad y no sólo como espacio para sentirse bien durante el proceso, sino como posibilidad de expresión, de comunicación y de crítica” (p.48).

Se trata de entender los códigos, lenguajes y dinámicas propias de los medios digitales para interactuar de manera efectiva y ética en estos entornos. Esta teoría subraya la importancia de formar a los jóvenes no solo como consumidores de contenido, sino también como creadores de mensajes informados y responsables.

Existe una distinción importantísima entre lo que hacen las máquinas cuando procesan información y lo que hace la mente cuando piensa. En un momento en que los ordenadores invaden las escuelas, es necesario que tanto maestros como estudiantes tengan muy presente esa distinción. Pero gracias a la mística, a esa especie de culto, que rodea al ordenador, la línea que divide la mente de la máquina se está haciendo borrosa. Por consiguiente, la razón y la imaginación, facultades que la escuela debe exaltar y fortalecer, corren el peligro de verse diluidas con imitaciones mecánicas de grado inferior (Ferrés, 2010, p.13).

Por otra parte, el pensamiento de Freire se dirigía a una educación centrada en el diálogo, donde el educador y el aprendiz participan en un intercambio de conocimientos, sin jerarquías rígidas (Martini, 2020). En este modelo el aprendizaje no es una transmisión unidireccional, sino un proceso de construcción conjunta del conocimiento, de este modo, los educandos encontraron en la máquina de escribir incorporada al aula por el maestro, la oportunidad de crear, escribir, proponer, dialogar, debatir, participar, compartir, en otras palabras, transformar la acción pedagógica en una práctica comunicadora y social. En términos de Kaplún (1992):

Obviamente ahora sí todos los niños estaban activos y ocupados: unos redactan, otros componen o imprimen. Pero fue algo más que una solución al problema del quehacer. Aquel medio de comunicación cambió toda la dinámica de la enseñanza-aprendizaje. Los pequeños periodistas aprendían realmente a redactar para expresar sus ideas; a estudiar e investigar de verdad, porque ahora tenían una motivación y un estímulo para hacerlo: ese conocimiento que producían ya no era para cumplir una obligación (...) sino para publicarlo, comunicarlo, compartirlo con sus compañeros, con los padres con los vecinos del pueblo (pp.24-25).

1.3.1. Educomunicación

Se basa en la idea de utilizar medios y tecnologías de comunicación para mejorar los procesos educativos y fomentar un ambiente de aprendizaje más interactivo y participativo.

1.3.2. Evolución de la educomunicación

La historia de la educomunicación corresponde al surgimiento y evolución de una disciplina que nació debido al creciente impacto de los medios de comunicación en la sociedad y la necesidad de promover una alfabetización crítica dentro de los procesos educativos. Su desarrollo se dio en diferentes momentos y contextos, particularmente en América Latina, Europa y Estados Unidos, abarcando enfoques que fueron desde la alfabetización mediática hasta la capacitación para una participación ciudadana activa.

Los primeros avances de la educomunicación se dieron durante las décadas de 1960 y 1970, un tiempo caracterizado por cambios sociales y políticos y un crecimiento en la presencia de medios como la radio, la televisión y la prensa. Durante este periodo se reconoció la importancia de que la educación incluyera herramientas para el análisis crítico de los contenidos mediáticos, incentivando una interpretación consciente de la información. La televisión ejercía una gran influencia especialmente en los jóvenes, lo que impulsó a educadores y comunicadores a reflexionar sobre la necesidad de formar audiencias más críticas y participativas.

Si bien los fundamentos de la educomunicación no han cambiado la forma de crear y difundir conocimiento para educar a una sociedad, esta disciplina ahora incorpora conceptos digitales en su práctica y teoría. De hecho, la educomunicación moderna no solo implica la educación del público objetivo, sino que también promueve sus habilidades de alfabetización mediática y desarrollo del pensamiento crítico. Aguaded (2005) menciona que 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».

En la actualidad, se incorpora la formación de destrezas y capacidades para la alfabetización mediática, la participación ciudadana y la creación de una sociedad más informada. Esta tendencia responde a la imperiosa necesidad de adaptar los procesos educativos al mundo digitalizado y globalizado, en el que la comunicación es parte trascendental de la formación integral de las personas y la construcción de sociedades más inclusivas y democráticas.

Dentro de la educomunicación se crean nuevas formas para impulsar a los generadores de contenido educativo a prepararse, es por esta razón que el maestro reconoce la influencia significativa de los medios de comunicación en la formación de las percepciones y valores de los estudiantes. Por lo tanto, se busca una educación donde sean capaces de analizar y cuestionar la información que reciben. En este sentido, la educomunicación se integra plenamente en la labor del docente como facilitador del proceso de enseñanza-aprendizaje y como guía en el desarrollo de competencias comunicativas y pensamiento más analítico en los estudiantes.

Kaplún (1998) presenta este argumento:

«(...) 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).

Es crucial que tanto la educación como la comunicación sigan de la mano, para el desarrollo de las nuevas generaciones, puesto que esto facilita el incremento de habilidades de alfabetización mediática, acceso equitativo a la información, participación ciudadana activa, desarrollo de competencias sociales, fomento de la innovación y creatividad. Esta combinación prepara a los adolescentes para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades en un mundo digitalizado y en constante cambio. 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 (Montoya, 2018, p.26).

1.3.3. Estrategias educomunicativas para adolescentes

La educación para adolescentes debe ser relevante, interactiva, flexible, contextualizada y estimulante emocionalmente. Para lograrlo, existen diversas herramientas como la tecnología educativa, el aprendizaje basado en proyectos, la gamificación, las redes sociales y el aprendizaje bajo la experiencia. Estas características y herramientas ayudan a mantener el interés, la participación y el aprendizaje significativo de los adolescentes, preparándolos para enfrentar los desafíos del mundo actual.

Caicedo, C et al., (2020), refieren que:

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 (p.15).

Es así como este enfoque aumenta el compromiso y atención hacia los temas educativos, permitiendo que los estudiantes participen activamente, comprendan mejor los conceptos y retengan la información de manera más efectiva.

1.3.4. Educomunicación en entornos digitales

La migración masiva a la vida digital ha sido una tendencia acelerada en la última década impulsada por los avances tecnológicos, los cambios en el estilo de vida. Se trata de una migración masiva por el crecimiento exponencial del uso de dispositivos digitales y servicios en línea para múltiples aspectos de la vida diaria tales como el trabajo, la educación, la comprar, el entretenimiento, las redes sociales.

La pandemia de COVID-19 fue un antecedente que obligó a las personas y las organizaciones a acelerar el cambio para adaptarse rápidamente a los entornos digitales, manteniendo la continuidad de actividades es así como “el progreso de la comunicación digital tiene su base en el uso de internet y las nuevas tecnologías. Internet es una red que conecta infinitas redes entre sí. Es conocida como la red de redes” (Álvarez, et al., 2015, p.609).

La migración masiva hacia la vida digital es una tendencia que continuará transformando la sociedad en el futuro, impactando diversos aspectos y requiriendo una adaptación constante a un entorno digital en constante evolución.

1.4. Comunicación digital

La comunicación digital se basa en el uso de medios digitales y tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para intercambiar información, ideas y mensajes. Esta forma de comunicación se ha vuelto omnipresente en la sociedad actual y afecta a casi todos los aspectos de nuestras vidas, desde la comunicación personal y profesional hasta la forma en que consumimos información, entretenimiento y servicios. Los mensajes se transmiten a través de una variedad de plataformas y canales digitales, incluidos correos electrónicos, mensajes de texto, aplicaciones de mensajería instantánea, redes sociales, videoconferencias, blogs, sitios web, podcasts, etc. Estos medios permiten una comunicación global rápida y eficiente y eliminan barreras geográficas y temporales.

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

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 (p.32)

A través de las redes sociales y otros medios digitales las personas pueden compartir instantáneamente opiniones, comentarios, contenidos multimedia y experiencias, creando comunidades virtuales y redes de conexiones. Además, la comunicación digital ha cambiado la forma en que se producen y consumen los medios.

La digitalización de los medios ha hecho posible crear contenido multimedia en línea diverso y de fácil acceso, desde noticias y revistas hasta música, películas y programas de televisión generando nuevos modelos de distribución y consumo de medios, como la transmisión en línea, el contenido bajo demanda y la participación de los usuarios en la creación de contenido a través de plataformas colaborativas.

1.4.1. Competencias mediáticas digitales en adolescentes

Las competencias mediáticas cubren una amplia gama de conocimientos y habilidades que permiten a los jóvenes comprender, apreciar y utilizar los medios y las tecnologías digitales de manera responsable y creativa.

García (2018) define 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 (p.15).

Según el autor, la competencia mediática incluye la capacidad de crear y compartir contenido multimedia como videos, *podcasts* y *blogs*, así como la capacidad de participar de manera responsable y ética en comunidades en línea y redes sociales. Además, las habilidades en medios digitales incluyen la comprensión de cuestiones éticas y legales relacionadas con el uso de medios digitales, la protección de la privacidad y la prevención del *ciberacoso* y la discriminación en línea. Esto requiere un enfoque integrado que combine la enseñanza de habilidades técnicas con la promoción del pensamiento crítico, la creatividad, la ética y la responsabilidad en línea.

1.4.2. Alfabetización digital

La alfabetización digital es un conjunto de habilidades y conocimientos necesarios para usar eficazmente las tecnologías para buscar, evaluar, crear y difundir información. Esto incluye no sólo comprender cómo utilizar herramientas digitales como computadoras, dispositivos móviles y software, sino también comprender cómo funcionan y las implicaciones sociales, éticas y legales de su uso.

Para comprender el significado de la alfabetización digital, es fundamental desglosarla en varios aspectos: el acceso a herramientas tecnológicas, el desarrollo de habilidades lingüísticas, las prácticas relacionadas con su uso y la capacidad crítica para reflexionar sobre las prácticas digitales como construcciones sociales. En este sentido, Georg (2020) señala que es necesario integrar procesos que permitan una lectura crítica, el resguardo de la seguridad y la identidad digital, la colaboración en entornos virtuales, el uso eficiente de la información disponible y, finalmente, la transformación de esa información para su socialización en espacios digitales.

Las interacciones en línea que se difunden hoy no fueron posibles originalmente hasta 2004, cuando la web comenzó a surgir de la necesidad de retroalimentación el público no estaba satisfecho con los contenidos estáticos que ofrecía la Web 1.0 detrás de esto el siguiente paso en la actualización de la comunicación digital fue la llegada de Internet. La socialización está directamente relacionada con el surgimiento de la Web 2.0, un concepto se publicó por primera vez en 2000 y describe una nueva fase de desarrollo.

1.4.3. Modelos de alfabetización digital

Los modelos de alfabetización digital fueron desarrollados para ofrecer una guía estructurada y práctica que permita a las personas adquirir las habilidades y competencias necesarias para desenvolverse con seguridad y eficacia en un entorno cada vez más digital. Para Reyes (2020) la alfabetización digital se puede considerar un proceso de desarrollo del análisis, la comprensión y la utilización de la información disponible para los ciudadanos a través de los medios digitales. Esto permite que las personas sean participantes activos en una sociedad interconectada, donde la lectura y la escritura digital funcionan como herramientas clave para establecer relaciones efectivas en los ámbitos laboral, educativo, administrativo, comunicativo y de colaboración.

El objetivo de estos modelos es apoyar a los individuos, particularmente a estudiantes y educadores, en la comprensión y el manejo no solo de las herramientas tecnológicas, sino también de los aspectos éticos, críticos y colaborativos que implica el uso de la tecnología e Internet. A continuación, se explican los objetivos principales de estos modelos:

Tabla 1

Clasificación de los modelos de alfabetización digital.

| MODELOS | CARACTERÍSTICAS | DESCRIPCIÓN |
|---|-------------------------------|---|
| Modelo de Competencia Digital de la UNESCO | Uso de herramientas digitales | Habilidades básicas en el manejo de dispositivos y aplicaciones. |
| | Gestión de información | Capacidad para buscar, evaluar y organizar información de manera crítica. |
| | Comunicación y colaboración | Competencias para interactuar y trabajar en redes digitales. |
| | Creación de contenido | Habilidad para crear y publicar contenido ético y responsable. |
| | Seguridad | Conciencia sobre la privacidad, seguridad y bienestar digital. |
| | Resolución de problemas | Adaptabilidad para enfrentar problemas técnicos y aprender de forma autónoma. |
| Modelo de Alfabetización Digital de Doug Belshaw | Cultural | Comprender el contexto digital y sus normas. |
| | Cognitivo | Capacidad para entender y procesar información. |
| | Constructivo | Crear contenido digital de manera significativa. |
| | Comunicativo | Interactuar eficazmente en redes digitales. |
| | Confianza | Sentirse seguro y confiado en entornos digitales. |
| | Creatividad | Innovar y crear en medios digitales. |
| | Crítico | Evaluar información y prácticas digitales de forma crítica. |
| | Ciudadanía | Comportarse de manera ética y responsable en el ámbito digital. |

Fuente: Alfabetización Digital de Doug Belshaw

1.5. Plataformas digitales

Las plataformas digitales son entornos en línea que facilitan la interacción, el intercambio de información y la realización de diversas actividades a través de internet. Estas plataformas pueden ser aplicaciones, sitios web o servicios que proporcionan un espacio virtual para que los usuarios lleven a cabo una variedad de tareas. Se han convertido en herramientas versátiles que han transformado la manera en que las personas se comunican, trabajan, aprenden, compran y se entretienen, aprovechando la conectividad de internet para ofrecer una amplia gama de servicios.

1.5.1. Redes sociales

Las redes sociales son plataformas digitales que permiten a los usuarios crear perfiles personales, compartir contenido, interactuar con otros y formar comunidades en línea. Estas plataformas, tanto en Ecuador como a nivel global, han evolucionado considerablemente en los últimos años, adaptándose a las necesidades de comunicación y entretenimiento de distintas audiencias. Facebook una de las redes más populares y se presenta como primera en el ranking, conecta a familiares, amigos y diversas comunidades, y también es una herramienta clave para empresas y medios de comunicación. Por otro lado, YouTube se ha consolidado como la plataforma principal para contenidos en video, con un uso amplio en entretenimiento y educación, permitiendo a los usuarios explorar múltiples temas de interés a través de formatos audiovisuales.

En el campo de la mensajería instantánea, WhatsApp es la opción preferida en muchos países incluido Ecuador, donde se ha convertido en una herramienta esencial para coordinar actividades, mantener contacto familiar y comunicarse en entornos laborales. Por otro lado, Instagram con su enfoque en lo visual es popular entre jóvenes y pocos adultos que comparten fotos y videos, y es también un espacio clave para marcas y tiendas online que encuentran en esta red un público ideal.

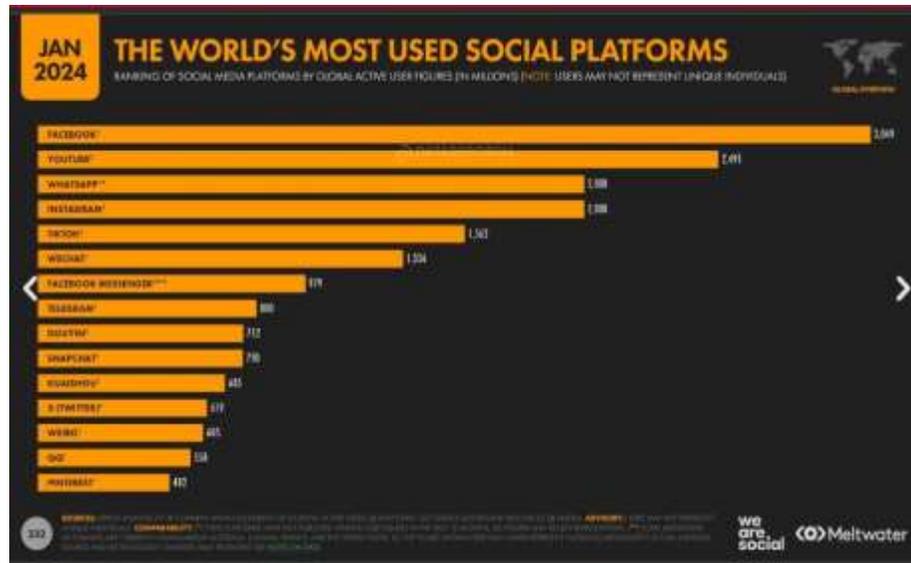
Además, TikTok ha revolucionado el mundo de las redes sociales con su formato de videos cortos y dinámicos, captando la atención principalmente de adolescentes y jóvenes. Su uso crece rápidamente, y se ha convertido en un canal tanto para el entretenimiento como para la información.

Así, estas redes reflejan tanto las tendencias globales como las preferencias de los ecuatorianos, quienes buscan en ellas no solo entretenimiento, sino medios efectivos y accesibles para la interacción y la comunicación.

A continuación, se presenta un gráfico del ranking de estas plataformas con usuarios activos desde enero del 2024.

Figura 1

Ranking de plataformas sociales a nivel global.



Fuente: Propiedad de Meltwater.

1.5.2. Plataforma YouTube

YouTube es una plataforma digital de video en línea donde los usuarios pueden subir, compartir, ver y comentar videos. Sirve como un espacio para la difusión de contenido audiovisual, abarcando desde entretenimiento y educación hasta noticias y tutoriales. Además, permite a los creadores de contenido monetizar sus videos y a los usuarios suscribirse a canales, creando una comunidad interactiva y diversa.

Origen

La plataforma fue lanzada oficialmente en febrero de 2005 y rápidamente ganó popularidad como un sitio donde los usuarios podían subir, compartir y ver videos.

En sus inicios, YouTube se presentó como una red social enfocada en la difusión de videos amateur. Su primer lema “Tu video-repositorio digital” fue posteriormente sustituido por “Broadcast Yourself” (“Transmítete a ti mismo”), un eslogan que reflejaba con mayor precisión el propósito que la plataforma adquirió con el tiempo, 18 meses después de su creación en noviembre de 2006, Google adquirió YouTube por 1.65 mil millones de dólares convirtiéndolo en uno de los casos de éxito más rápidos en la historia de internet. Para 2020, la plataforma contaba con más de

2 mil millones de usuarios, lo que representaba un tercio de la población conectada a nivel mundial, con un total de mil millones de horas de video reproducidas diariamente (Ferrante & Dussel, 2022).

1.5.3. Ventajas y desventajas del uso de YouTube

YouTube es una de las plataformas digitales más empleadas para acceder a contenidos educativos. Gracias a su capacidad para distribuir información en múltiples formatos audiovisuales, ha potenciado el aprendizaje autónomo, interactivo y accesible para millones de estudiantes a nivel global. No obstante, su incorporación en el ámbito educativo conlleva ciertos retos que deben ser analizados.

A continuación, se muestra una tabla que expone las principales ventajas y desventajas de YouTube como recurso educativo, con el propósito de evaluar su impacto en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Tabla 2

Ventajas y desventajas de YouTube en la educación.

| Ventajas | Desventajas |
|--|---|
| YouTube ofrece una amplia variedad de recursos audiovisuales que pueden ser consultados en cualquier momento, facilitando el aprendizaje autónomo y el acceso a información en distintos formatos. | La gran cantidad de contenido disponible dificulta la selección de materiales confiables, lo que puede llevar a los estudiantes a encontrar información inexacta o poco rigurosa. |
| La posibilidad de pausar, repetir y ajustar la velocidad de los videos permite a los estudiantes aprender a su propio ritmo, reforzando conceptos y aclarando dudas. | Al ser una plataforma que también ofrece contenido de entretenimiento, los estudiantes pueden desviarse fácilmente de su objetivo educativo y perder tiempo en videos no relacionados con su aprendizaje. |
| El uso de elementos visuales, animaciones y explicaciones dinámicas hace que los temas sean más atractivos, favoreciendo la participación y el compromiso con el aprendizaje. | Ver videos sin una interacción activa puede hacer que los estudiantes consuman la información de manera superficial, sin desarrollar habilidades analíticas o de pensamiento crítico. |

Fuente: Elaboración propia basado en (Colás-Bravo & Quintero-Rodríguez, 2022).

1.5.4. YouTube como herramienta educativa

YouTube es una plataforma poderosa y versátil que ha transformado la forma en que consumimos y compartimos información, impactando significativamente la educación. Alberga una vasta cantidad de videos educativos sobre una amplia gama de temas, desde matemáticas y ciencias hasta historia y artes, permitiendo a estudiantes y profesores acceder a recursos adicionales para complementar la enseñanza tradicional. Arguedas y Herrera (2018) sostienen que YouTube posee un enorme potencial educativo tanto en la enseñanza presencial como en la educación a distancia. Al ser un recurso gratuito, ofrece flexibilidad y promueve la autonomía del aprendizaje, aunque muchas de sus ventajas aún no se han explorado completamente. Afirman que, desde su lanzamiento, YouTube se ha convertido en una herramienta invaluable para docentes de todo el mundo en diversas disciplinas de enseñanza.

Es así como los estudiantes pueden aprender a su propio ritmo, pausando y retrocediendo videos para asegurarse de entender el contenido. Muchos educadores e instituciones utilizan YouTube para transmitir clases y conferencias, facilitando el aprendizaje remoto y la educación a distancia. Además, los tutoriales y demostraciones prácticas disponibles en YouTube ayudan a desarrollar habilidades en áreas como programación, cocina, música y manualidades.

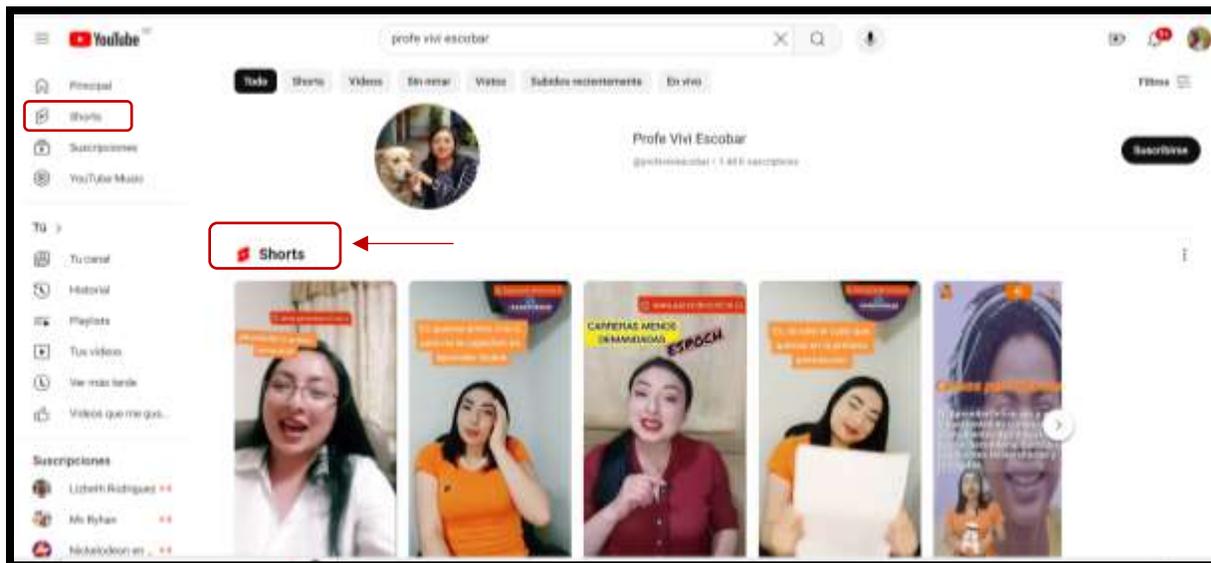
Al proporcionar diversas perspectivas sobre un mismo tema, fomenta el pensamiento crítico al permitir que los estudiantes evalúen y comparen diferentes fuentes de información. A criterio de González, M. y Hernández (2017) el video puede utilizarse de diversas maneras, tales como mediador del aprendizaje autónomo, instrumento para el desarrollo del aprendizaje digital y componente del proceso de enseñanza-aprendizaje. En plataformas como esta, se pueden encontrar varios tipos de videos, entre ellos: videos curriculares, que se ajustan específicamente a la programación de una asignatura; videos de divulgación cultural, diseñados para presentar aspectos culturales a una audiencia amplia; videos científico-técnicos, que explican avances en ciencia y tecnología o describen fenómenos físicos, químicos o biológicos; y videos educativos, que se utilizan como recursos didácticos con una intención educativa, aunque no hayan sido creados específicamente para enseñar.

1.5.5. El ecosistema de YouTube

Al reproducir un video, se pueden encontrar varios controles como: pausar, ajustar el volumen, activar subtítulos o cambiar la calidad. Para interactuar se encuentra la opción comentarios o botones de Me gusta, Compartir y Guardar. Actualmente se encuentran disponibles secciones para transmisiones en vivo, YouTube Shorts, estos últimos se explican a continuación.

Figura 2

Videos verticales con información precisa de tiempo reducido llamados shorts.



Fuente: Canal de YouTube de la Edutuber Viviana Escobar.

Los Shorts de YouTube se lanzaron el 14 de septiembre de 2020 para facilitar la creación y difusión de videos breves, de hasta 60 segundos, ofreciendo un formato ágil y atractivo. Esta función responde al auge de plataformas como TikTok, con el objetivo de captar la atención de audiencias más jóvenes y promover la viralización del contenido. Además, YouTube pretende que los creadores ganen mayor exposición y que los usuarios permanezcan más tiempo en la plataforma disfrutando de videos cortos y entretenidos.

Figura 3

Transmisión en vivo sobre temas educativos.



Fuente: Canal de YouTube propiedad de AprendeVa.

Las transmisiones en vivo o *lives* de YouTube se desarrollaron para que los creadores puedan comunicarse directamente con su audiencia en tiempo real, ofreciendo contenido interactivo y espontáneo. Su propósito es crear una relación más cercana con los espectadores, permitiendo la participación a través de comentarios y preguntas en vivo, además de transmitir eventos, tutoriales o charlas en directo. También son una herramienta importante para fortalecer las comunidades en línea y aumentar el nivel de compromiso de los seguidores.

1.5.6. El rol de los Edutubers

Los edutubers desempeñan un papel fundamental en la creación y difusión de contenido educativo en plataformas como YouTube. Su misión es hacer que el aprendizaje sea más accesible y atractivo al explicar conceptos, resolver dudas y abordar una amplia variedad de temas. Para ello, combinan estrategias pedagógicas con herramientas visuales y tecnológicas, lo que dinamiza el proceso educativo. Al adaptarse a diferentes niveles de conocimiento, logran llegar a audiencias globales y diversificadas. Además, su impacto en la educomunicación es notable e impulsan el aprendizaje autónomo, complementan la educación formal y estimulan la curiosidad en disciplinas que abarcan desde ciencias y matemáticas hasta humanidades y artes.

López et al., (2020) señala que una parte considerable de los educadores creó su propio canal en los primeros años de la plataforma, lo que les permitió, entre otras cosas, comentar en videos de otros canales. Sin embargo, ha sido en los últimos años cuando estos educadores han comenzado a producir y subir sus propios videos, transformándose en edutubers. Por lo tanto, si esta tendencia

continúa, se podría anticipar que el número de canales educativos seguirá en aumento en los próximos años.

Algunos de los edutubers más grandes y populares de YouTube incluyen a Khan Academy, que ofrece lecciones en matemáticas y ciencias; TED-Ed que crea animaciones educativas para explicar conceptos complejos; Nico de Mente Curiosa que explora fenómenos de la ciencia de manera entretenida. Estos canales han impactado significativamente en el ámbito de la educación en línea, acumulando millones de suscriptores.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

En este apartado se detalla la metodología que se empleó para la investigación e la cual se incluyen el uso de instrumentos y técnicas específicas para garantizar una recopilación de datos e información óptima y precisa.

2.1. Tipo de investigación

Para el desarrollo de este proyecto se utilizó una investigación mixta, para la recolección de información. Este tipo de investigación permitió abordar tanto aspectos cuantificables como aspectos subjetivos, que ayudo a una comprensión más completa y detallada del tema de estudio. Según Chávez (2018), los métodos de investigación mixta fortalecen el estudio a través de la triangulación, proporcionando una mayor amplitud, profundidad, diversidad, riqueza interpretativa y claridad en la comprensión, con el objetivo de lograr una investigación más efectiva.

La investigación utilizó el enfoque cuantitativo, que aportó a la búsqueda de datos a través de la encuesta desarrollada con preguntas cerradas y de opción múltiple a la población de estudiantes de bachillerato de la zona rural de Ibarra, que se encuentran legalmente matriculados. Para el autor Sampieri, et al., (2014), el enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población.

Por otra parte, el enfoque cualitativo permitió analizar la problemática a través de la intervención de opiniones, aquí se realizaron entrevistas semiestructuradas para profundizar en los temas a tratar. Aunque se creó una guía de preguntas, los entrevistados también aportaron con su conocimiento y argumento. Es así como se analizó los significados, las acciones de las personas y la forma en que estas se relacionan con otras, dentro de su comunidad (Piña-Ferrer, 2023).

En este contexto, los autores López y Sandoval (2016), mencionan que para desarrollar estudios cualitativos no se escoge muestra, sino que son pocas personas. Además, las categorías toman forma en el transcurso de la investigación, el o la analista busca factores de relación para capturar complejidades, no interesa generalizar, lo importante es identificar necesidades. La palabra de las(os) participantes y de la (el) investigados, se convierten en datos de análisis.

2.1.1. Técnicas e Instrumentos

Para este estudio se utilizó la encuesta, una herramienta estandarizada que permitió recopilar datos de forma rápida y eficiente, esta encuesta se envió a los estudiantes de bachillerato de la zona rural de Ibarra específicamente de la Unidad Educativa Valle del Chota para que hagan su aporte personal con respecto al tiempo y uso que le dan a plataforma YouTube como herramienta de educación. Para López y Fachelli (2016), la encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida, la recogida de datos se realiza a través de un cuestionario, instrumento de recogida de los datos (de medición) y la forma protocolaria de realizar las preguntas (cuadro de registro) que se administra a la población o una muestra extensa de ella mediante una entrevista donde es característico el anonimato del sujeto.

Además, se aplicó entrevistas semiestructuradas, puesto que, a través de las respuestas de los participantes, se pudo capturar matices y perspectivas personales, lo que enriqueció los datos recopilados. Se trató de una técnica caracterizada por tratarse de una conversación más o menos dirigida entre el investigador (emisor) y el sujeto de estudio (receptor) con un fin siempre bien determinado y enfocado a la resolución de los objetivos y preguntas de investigación de trabajos. Para alcanzar este fin el investigador plantea interrogantes al receptor para que éste le dé su opinión, los responda o los resuelva, según el caso. (Lopezosa, 2020)

2.1.2. Preguntas de investigación y/o hipótesis

La hipótesis propuesta en esta investigación son las siguientes:

- Los estudiantes de bachillerato no utilizan YouTube como una fuente de aprendizaje, prefieren contenido de entretenimiento y música.
- El mal uso de la plataforma YouTube por parte de los estudiantes conlleva a descuidar sus labores educativas, que resulta en la disminución del rendimiento académico.
- La falta de orientación de los docentes sobre cómo utilizar la plataforma YouTube de manera efectiva para el aprendizaje, lleva a los estudiantes a no aprovechar este recurso educativo al máximo.

2.1.3. Matriz diagnóstica

Esta matriz nos ayudó a entender y analizar mejor la problemática de manera efectiva y sistemática. En este apartado se detalla las variables y dimensiones que se utilizó en esta investigación.

Tabla 3

Descripción de variables de la encuesta.

| VARIABLES | DIMENSIONES |
|--|--|
| ¿Cuál de estas especialidades de bachillerato está cursando? | Bachillerato general unificado (BGU) |
| | Informática |
| | Electromecánica |
| ¿Conoce usted la plataforma YouTube? | Si |
| | No |
| ¿Cuál de estas variables busca más en YouTube? | Video juegos |
| | Tutoriales educativos |
| | Música |
| | Video blogs |
| ¿Con qué frecuencia busca tutoriales educativos en YouTube para apoyar su aprendizaje académico? | Diariamente |
| | Varias veces a la semana |
| | Una vez a la semana |
| | Menos de una vez a la semana |
| | Raramente o nunca |
| ¿Qué tipo de contenido educativo busca con más frecuencia? | Tutoriales de materias específicas |
| | Conferencias nacionales e internacionales |
| | Explicaciones visuales y prácticas |
| | Preparación par exámenes |
| ¿Cómo verifica usted la credibilidad de los videos educativos que encuentra en YouTube? | Revisando los comentarios y valoraciones |
| | Buscando información sobre el creador de contenido |
| | Consultando a mis profesores |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4

| Descripción de variables de la entrevista | |
|--|-----------------------------|
| VARIABLES | DIMENSIONES |
| ¿Considera usted que YouTube es una plataforma digital educativa? | Entrevista semiestructurada |
| ¿De qué manera cree usted que YouTube puede complementar la educación tradicional en el bachillerato? | Entrevista semiestructurada |
| ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de usar YouTube como herramienta educativa? | Entrevista semiestructurada |
| ¿Cómo evalúa usted la calidad de contenido educativo en YouTube? | Entrevista semiestructurada |
| ¿Cómo pueden los profesores integrar YouTube en su enseñanza diaria para mejorar la comprensión y el aprendizaje de sus estudiantes de bachillerato? | Entrevista semiestructurada |
| ¿Fomentan la creación de videos en YouTube por parte de los estudiantes para hacer su aprendizaje más interactivo? | Entrevista semiestructurada |

Fuente: Elaboración propia.

2.1.4. Participantes / Población y muestra

Tabla 5

Población y muestra.

| NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN | DESCRIPCIÓN |
|--|---|
|  <p>Valle del Chota</p> | <p>La Unidad Educativa Valle del Chota se encuentra ubicado en la provincia de Imbabura, en el cantón Ibarra de la parroquia Ambuquí. Es un centro educativo de Ecuador perteneciente a la Zona 1 geográficamente es un centro educativo rural, su modalidad es presencial en jornada Matutina y Vespertina, con tipo de educación regular y con nivel educativo: Inicial, Educación Básica y Bachillerato. Tienen un total de 39 docentes y 553 estudiantes.</p> |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6

Perfil profesional de los expertos.

| PERFIL DE LOS EXPERTOS | | |
|------------------------|--|---|
| NOMBRE | PERFIL | TEMAS A PREGUNTAR |
| Tnlgo. Omar Arteaga | Docente y encargado de TICS de la Unidad Educativa Valle del Chota. | <ul style="list-style-type: none">- Importancia de la calidad de contenido en la plataforma YouTube.- Educadores como Youtubers.- Estrategias o iniciativas para implementar videos educativos. |
| Msc. Viviana Escobar | Docente y creadora de contenido para la plataforma YouTube, experta en temas de educación para el desarrollo. | <ul style="list-style-type: none">- ¿Cómo ha influido el material de su canal al aprendizaje de los estudiantes?- Tipo de contenido que comparten en su canal- Tipos de comentarios recibe en sus videos. |
| Msc. Carolina Guzmán | Docente de la Universidad Técnica del Norte. Licenciada en comunicación y Magister en nuevas tecnologías para la gestión y práctica docente. | <ul style="list-style-type: none">- Importancia de las plataformas digitales para la educación.- El avance de las plataformas digitales postpandemia- TIC aplicado en la práctica docente. |

Fuente: Elaboración propia.

2.1.5. Procedimiento de análisis de datos

Las encuestas se realizaron de manera digital en la plataforma Forms para los estudiantes del bachillerato, los datos obtenidos se pasaron a un Excel. El análisis de las entrevistas se hizo de manera descriptiva narrativa.

CAPITULO III: RESULTADOS

3.1. Presentación de resultados

A continuación, se exponen los resultados obtenidos en esta investigación, los cuales han sido analizados y organizados de acuerdo con los objetivos planteados.

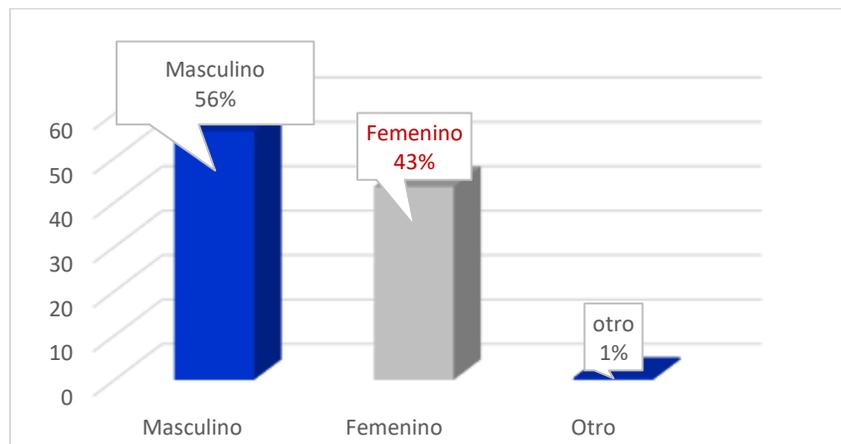
3.2. Resultados Cuantitativos y Cualitativos de la investigación.

Una vez terminada la etapa de recolección de datos con los instrumentos propuestos para la investigación, se procedió a realizar un análisis exhaustivo de los mismos. Este análisis es crucial, ya que nos permitirá interpretar la información obtenida y llegar a conclusiones claras y fundamentadas. La información que resulte de este análisis será la base para determinar las conclusiones de la investigación, ayudándonos a entender mejor los resultados y a validar nuestras hipótesis.

3.3. Análisis de resultados de la encuesta

Pregunta N°1

Figura 4 *Género de los participantes*

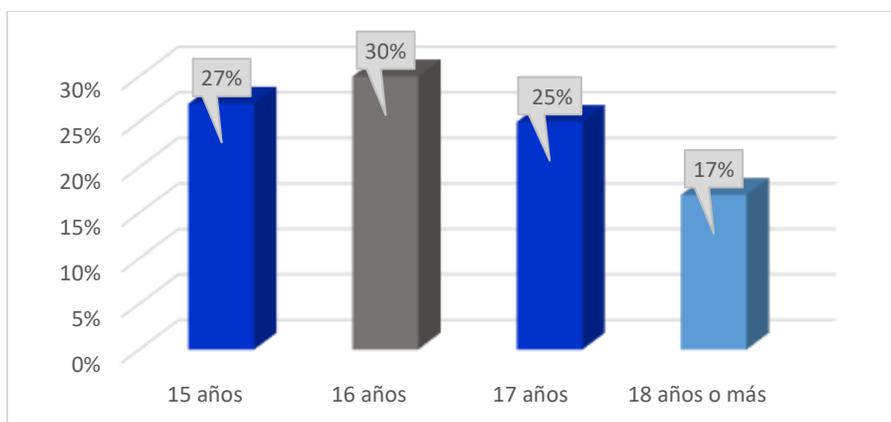


Nota: Elaboración propia.

La encuesta realizada a los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Valle del Chota reveló que el 43% de los participantes son mujeres, mientras que el 56% se identifican con el sexo masculino. Además, un 1% de los encuestados se reconoció con otro género, evidenciando la diversidad dentro de la muestra.

Pregunta N°2

Figura 5 *Rangos de edad de los participantes*

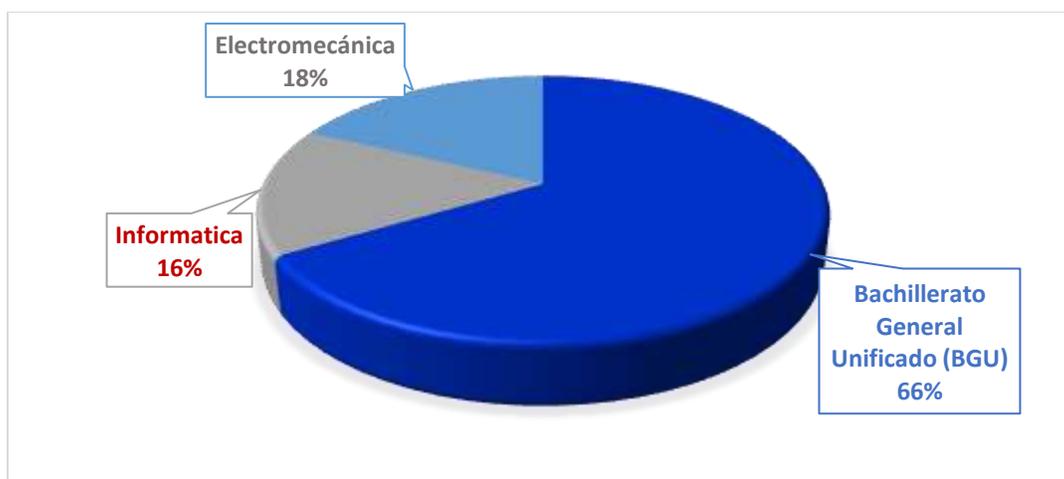


Nota: Elaboración propia

El 17% de los estudiantes tiene 18 años o más, lo que representa una minoría en nuestra muestra. El grupo de 15 años constituye el 28% de los estudiantes, mientras que el 30% tiene 16 años, siendo este el grupo más numeroso. Finalmente, el 25% de los estudiantes tiene 17 años. Esta distribución indica una variedad de edades en el bachillerato, con una mayor concentración de estudiantes de 15 y 16 años.

Pregunta N°3

Figura 6 Especialidad de bachillerato a la que pertenecen los participantes



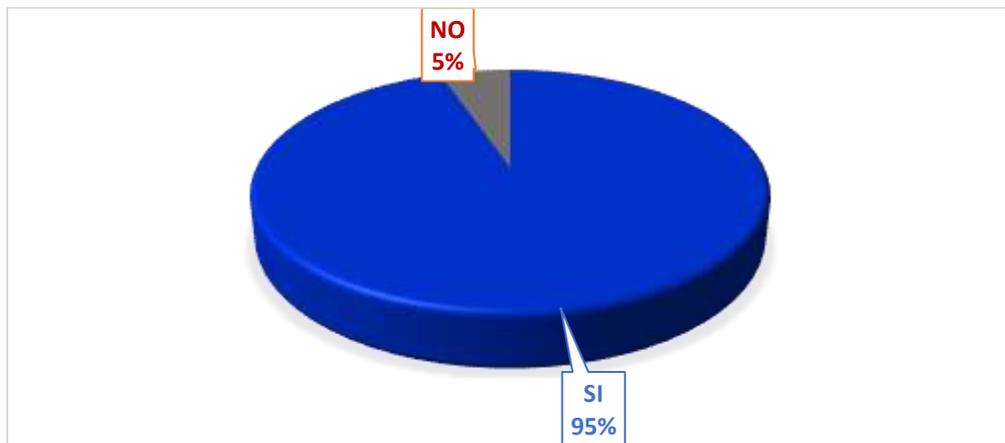
Nota: Elaboración propia

La gráfica sobre la especialidad del bachillerato muestra que la mayoría, un 66%, pertenece a la especialidad de Bachillerato General Unificado (BGU). Un 18% de los estudiantes se especializa en Electromecánica, mientras que el 16% restante está en la especialidad de Informática. Esto

indica que la especialidad de BGU es la más predominante entre los estudiantes, seguida por Electromecánica e Informática, respectivamente.

Pregunta N°4

Figura 7 *Conocimiento sobre la plataforma YouTube*

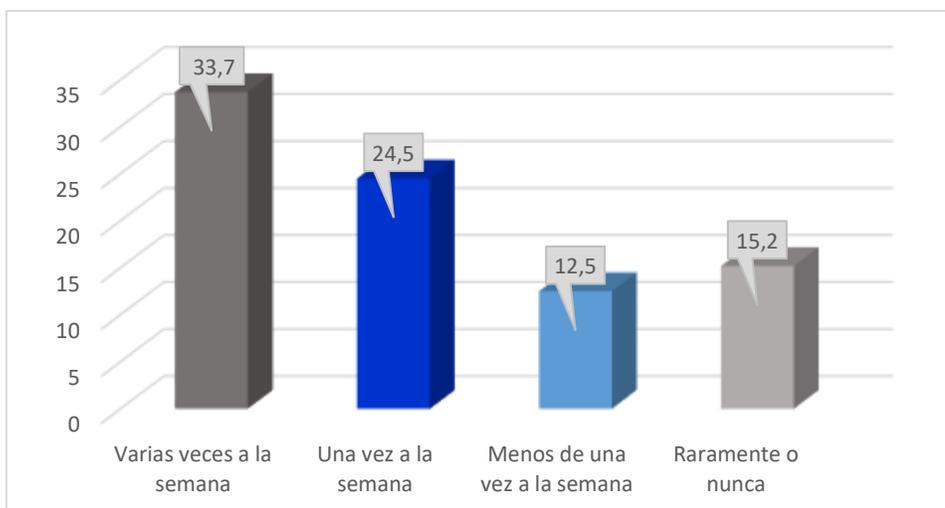


Nota: Elaboración propia

De los 186 estudiantes encuestados, el 95% afirmaron conocer la plataforma YouTube, lo cual indica su gran penetración y popularidad en este grupo demográfico. Por otro lado, un pequeño 5% de los estudiantes declararon no conocer YouTube, lo que sugiere que, aunque la mayoría está familiarizada con esta herramienta digital, aún existe una minoría que no tiene acceso o no ha tenido contacto con ella.

Pregunta N°5

Figura 8 *Uso educativo de la plataforma YouTube*

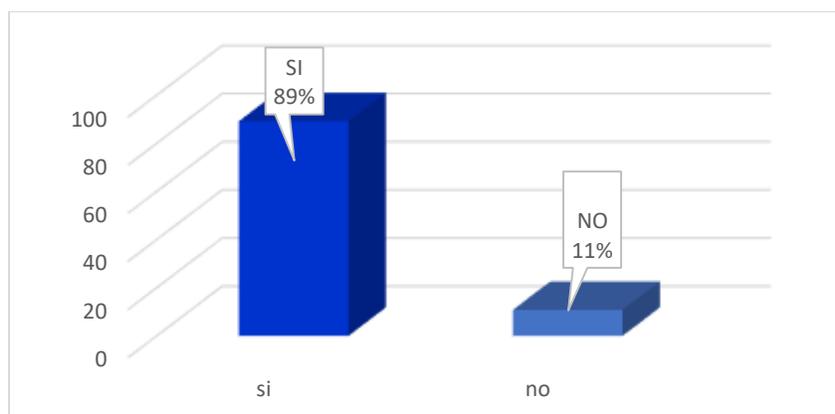


Nota: Elaboración propia

La gráfica sobre el uso educativo de YouTube por parte de los estudiantes de bachillerato revela que el 33,7% de ellos utiliza la plataforma varias veces a la semana para fines educativos, el 24,5% la emplea una vez a la semana, el 12,5% accede a contenido educativo menos de una vez por semana, mientras que el 15,2% rara vez o nunca recurre a YouTube para este propósito, evidenciando una tendencia significativa hacia el uso frecuente de este recurso digital en su proceso de aprendizaje.

Pregunta N°6

Figura 9 Encuentran canales educativos en YouTube

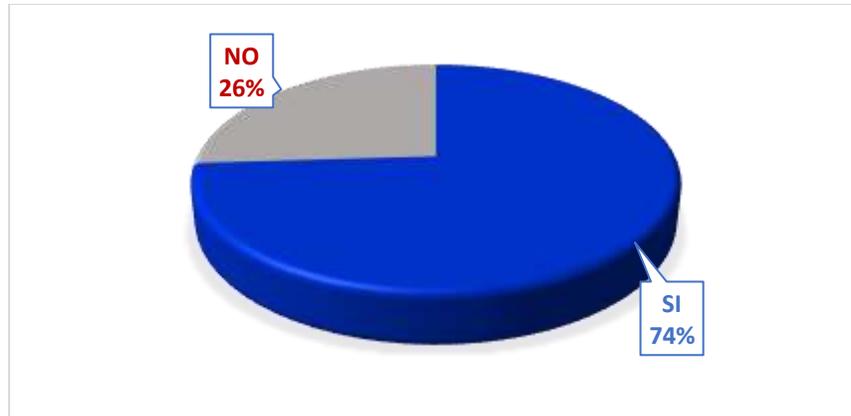


Nota: Elaboración propia

Según los datos, el 89% de los estudiantes afirman encontrar contenido educativo en la plataforma. En contraste, el 11% de los estudiantes no logra encontrar canales educativos.

Pregunta N°7

Figura 10 *Equidad de tiempo entre el entretenimiento y aprendizaje en la plataforma YouTube*

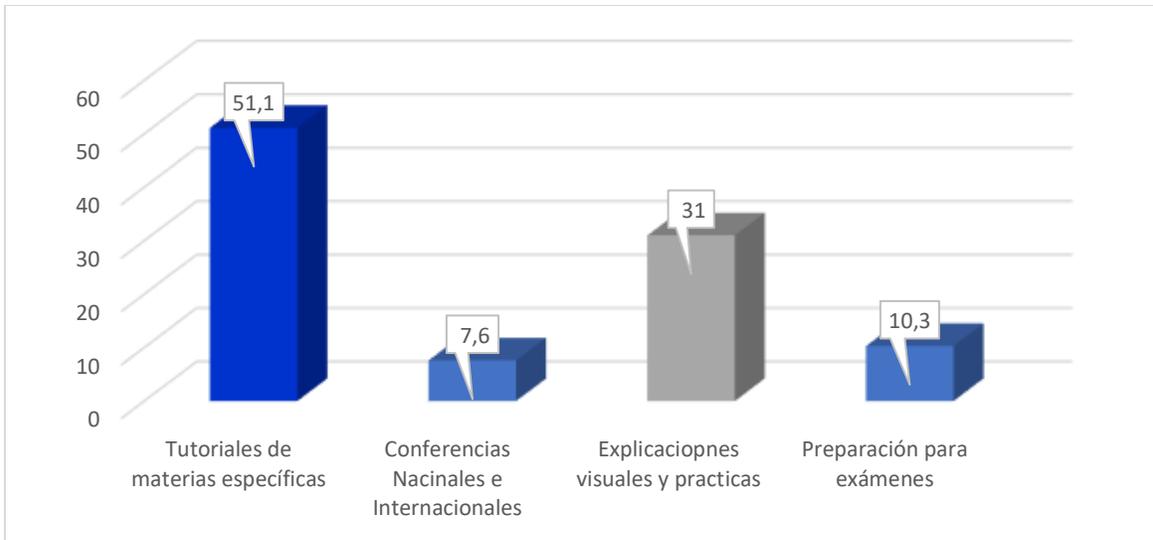


Nota: Elaboración propia

La equidad de tiempo entre el entretenimiento y el aprendizaje en la plataforma YouTube muestra que el 74% de los encuestados considera que logra equilibrar adecuadamente su tiempo entre contenido educativo y de entretenimiento. Por otro lado, el 26% de los estudiantes opina que no puede mantener este equilibrio, lo que indica que una minoría significativa enfrenta dificultades para distribuir su tiempo de manera equitativa entre aprender y entretenerse en YouTube.

Pregunta N°8

Figura 11 *Tipo de contenido que buscan con más frecuencia*

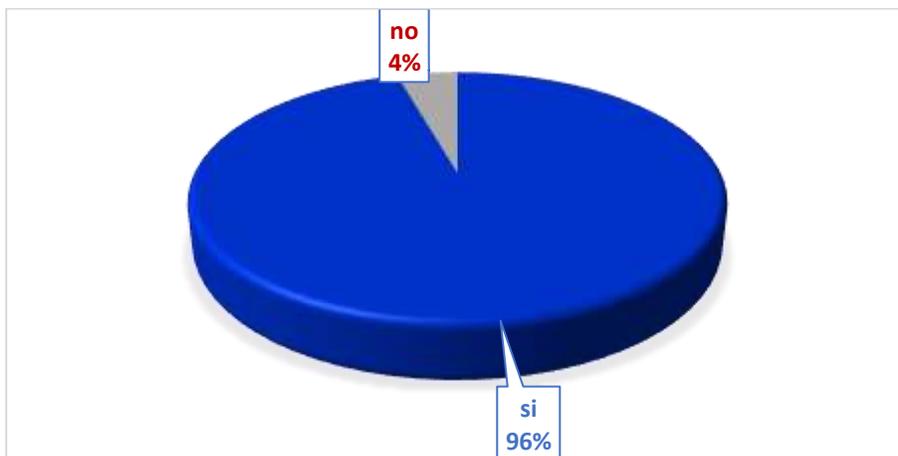


Nota: Elaboración propia

La gráfica que describe los tipos de contenido que los estudiantes buscan con más frecuencia en YouTube muestra que el 51,1% de ellos prefiere tutoriales de materias específicas, indicando una alta demanda por explicaciones detalladas y directas en temas particulares. Un 31% opta por explicaciones visuales y prácticas, reflejando el valor que encuentran en los recursos que combinan teoría y práctica de manera visual. La preparación para exámenes es el objetivo del 10,3% de los estudiantes, mientras que un 7,6% busca conferencias nacionales e internacionales, destacando la diversidad de necesidades educativas y preferencias en el uso de YouTube.

Pregunta N°9

Figura 12 La plataforma ayuda a comprender mejor los temas académicos.

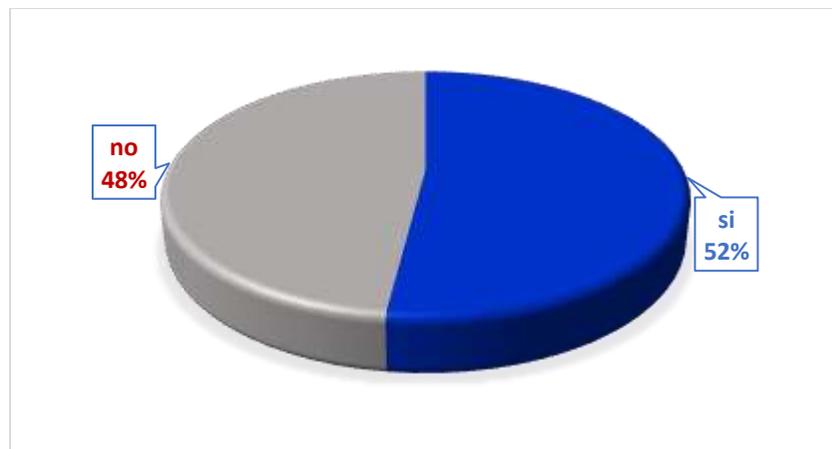


Nota: Elaboración propia.

La gráfica que examina si la plataforma YouTube ayuda a los estudiantes a comprender mejor los temas académicos revela que el 96% de los encuestados considera que YouTube es una herramienta efectiva para mejorar su comprensión académica. Solo un 4% de los estudiantes opina lo contrario, sugiriendo que la gran mayoría encuentra en YouTube un recurso valioso y útil para su aprendizaje.

Pregunta N°10

Figura 13 *Comparte los recursos educativos encontrados en YouTube con el resto de los compañeros.*

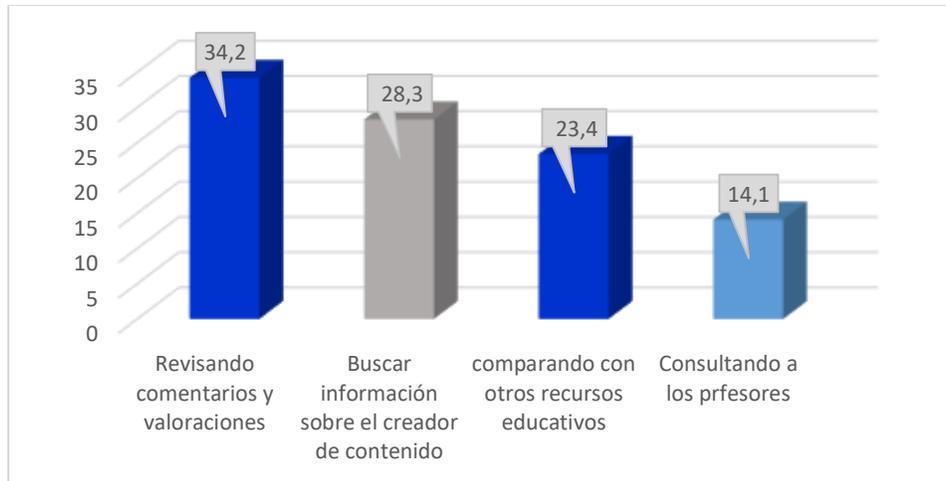


Nota: Elaboración propia

La disposición de los estudiantes a compartir los recursos educativos encontrados en YouTube con sus compañeros revela que el 57% de ellos sí comparte estos recursos, lo que indica una tendencia mayoritaria hacia la colaboración y el intercambio de información útil. En contraste, el 43% de los estudiantes no comparte estos recursos, señalando que una parte significativa prefiere no distribuir el contenido educativo encontrado en la plataforma.

Pregunta N°11

Figura 14 *Confirmación de credibilidad de los videos educativos que se encuentra en línea.*

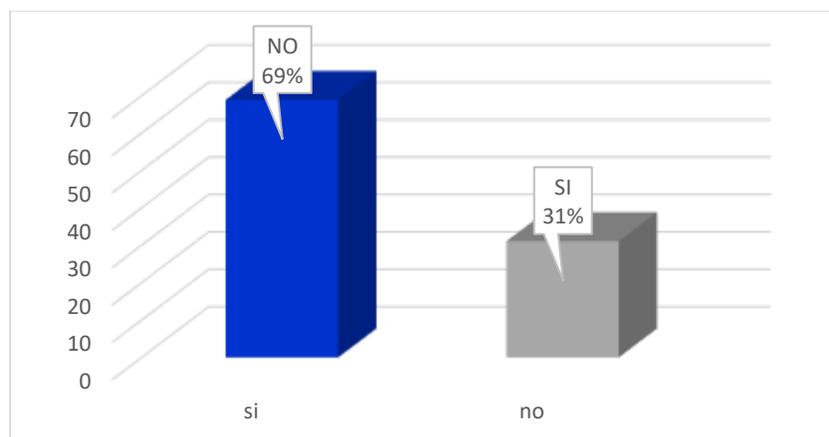


Nota: Elaboración propia

La gráfica examina cómo los estudiantes confirman la credibilidad de los videos educativos en línea muestra los siguientes métodos: el 34,5% revisa los comentarios de otros usuarios para evaluar la confiabilidad del contenido, el 28,3% busca información sobre el creador del video, el 23,4% compara el video con otros recursos educativos, y el 14,1% consulta con sus profesores para verificar la exactitud de la información. Estos datos revelan diversas estrategias utilizadas por los estudiantes para asegurarse de la credibilidad del contenido educativo en YouTube.

Pregunta N°12

Figura 15 ¿Le gustaría participar en la creación de contenido para la plataforma YouTube?

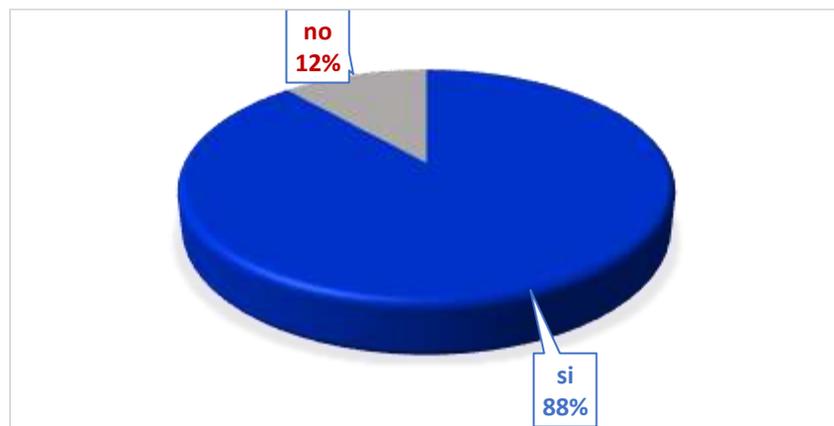


Nota: Elaboración propia

La gráfica que muestra la disposición de los estudiantes a participar en la creación de contenido para la plataforma YouTube revela que el 31% de ellos está interesado en contribuir con contenido educativo. En contraste, el 69% no desea participar en la creación de contenido, indicando que una mayoría prefiere consumir en lugar de producir videos educativos en la plataforma.

Pregunta N°13

Figura 16 *Le gustaría ver colaboración entre educadores y YouTubers*

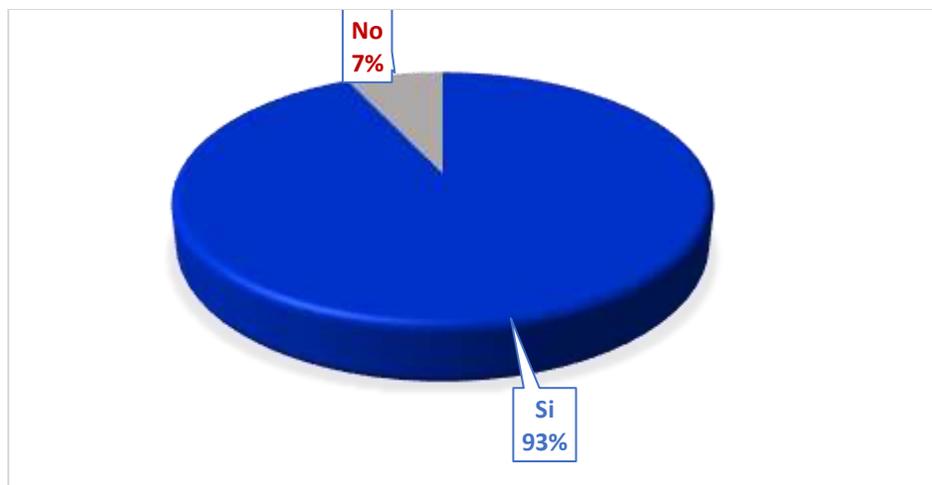


Nota: Elaboración propia

Al explorar el interés de los estudiantes en ver colaboraciones entre educadores y YouTubers se identificó que el 88% de los encuestados estaría interesado en este tipo de colaboración, indicando un fuerte deseo de combinar la creatividad con el alcance de los YouTubers. Solo el 12% de los estudiantes no está interesado en ver estas colaboraciones, lo que representa una minoría que prefiere mantener separados los roles de educadores y creadores de contenido en YouTube.

Pregunta N°14

Figura 17 *Recomendaciones de videos de YouTube por parte de los docentes*



Nota: Elaboración propia

Aquí se analizó la actitud de los estudiantes hacia la integración o recomendación de videos de YouTube por parte de los profesores en sus clases mostrando que el 93% de los encuestados está a favor de esta práctica. Este alto porcentaje indica un amplio apoyo por parte de los estudiantes hacia el uso de recursos educativos en YouTube como complemento o apoyo a las lecciones tradicionales en el aula. Solo un pequeño porcentaje, el restante 7%, no está interesado en esta integración o recomendación por parte de los profesores.

3.4. Análisis de las entrevistas

5.3.1. Entrevista con el docente de informática de la Unidad Educativa Valle del Chota el Tnlgo. Omar Arteaga

Omar Arteaga, docente y responsable de TICS de la Unidad Educativa Valle del Chota en cuanto al consumo de YouTube como herramienta educativa, considera que YouTube puede ser una plataforma educativa valiosa, aunque reconoce que el contenido debe ser cuidadosamente supervisado para evitar impactos negativos en los conocimientos y valores de los estudiantes.

Destacó que las metodologías de enseñanza actuales han evolucionado, incorporando herramientas como aulas interactivas y videos educativos, los cuales ayudan a los estudiantes a adquirir conocimientos previos y entender mejor las lecciones. Aunque la Unidad Educativa tenía un canal de YouTube para publicar contenido académico y proyectos, su uso se suspendió temporalmente debido a la necesidad de obtener permisos legales de los padres. Sin embargo, están trabajando para reactivar el canal.

Explicó también que, para fomentar el uso educativo de YouTube, la escuela se enfoca en enseñar a los estudiantes sobre el uso correcto y el autocontrol de las plataformas tecnológicas. Sin embargo, aún no han implementado un proyecto formal para integrar estas herramientas en la planificación académica. Subraya también que los videos educativos pueden ser una herramienta poderosa para motivar e interesar a los estudiantes, especialmente aquellos que responden bien a estímulos visuales y auditivos.

Para integrar YouTube en la enseñanza diaria, sugiere innovar las metodologías, como el aula invertida, y utilizar la tecnología de manera regular en las clases. También mencionó la importancia de enseñar a los estudiantes a reconocer y manejar la información falsa que pueden encontrar en las redes sociales.

Arteaga comentó que la escuela sí fomenta la creación de videos educativos por parte de los estudiantes, con proyectos actuales que incluyen cursos básicos de computación. Estos videos se subirán al canal de YouTube de la escuela una vez que se obtengan los permisos necesarios. Además, mencionó que plataformas como TikTok también pueden ser utilizadas para fines educativos, destacando la importancia de la innovación en la enseñanza.

Entrevista con la especialista en medios digitales MSc. Viviana Escobar

La magíster Viviana Escobar, especialista en medios digitales y creadora de contenido en YouTube, se discutieron varios aspectos relevantes sobre el uso de YouTube como herramienta educativa en el bachillerato.

La docente considera que YouTube es una plataforma educativa valiosa, ya que hace que la educación sea más accesible para todos. Señala que en algunas instituciones educativas puede haber dificultades para completar ciertos currículos, como en el área de integrales y derivadas en matemáticas. En estos casos, YouTube y otras plataformas digitales permiten a los estudiantes acceder a explicaciones y ejercicios adicionales, facilitando su aprendizaje.

En cuanto a la credibilidad de YouTube, reconoce que depende del contenido y de las fuentes de información. Subraya la importancia de que los estudiantes desarrollen habilidades para discernir la información verídica de la falsa en internet.

Sobre cómo YouTube puede complementar la educación tradicional, sugiere que la educación debe evolucionar hacia nuevas metodologías y formas de enseñanza. YouTube puede ayudar no solo a cubrir temas específicos que no se completan en clase, sino también a aplicar el conocimiento a situaciones de la vida diaria, utilizando contenido audiovisual para mejorar la comprensión y retención de los estudiantes.

Sin embargo, la educadora también menciona las desventajas y desafíos de usar YouTube como herramienta educativa, especialmente para los creadores de contenido. Señala problemas relacionados con derechos de autor y posibles infracciones que pueden afectar la visibilidad y expansión de los canales educativos.

En cuanto a la influencia de los videos educativos en la motivación de los estudiantes, Escobar destaca que las herramientas audiovisuales hacen que el aprendizaje sea más dinámico y completo en comparación con la educación tradicional. La posibilidad de visualizar videos en cualquier momento y la inclusión de gráficos y enlaces adjuntos hacen que los estudiantes se sientan más atraídos y comprometidos con el contenido.

La edutuber recomienda una colaboración estrecha entre comunicadores digitales y educadores. Resalta la importancia de la asesoría permanente de expertos en medios digitales para optimizar el uso de YouTube y otras herramientas tecnológicas. Esta colaboración puede mejorar significativamente la calidad y el alcance del contenido educativo, capturando mejor la atención de los estudiantes y facilitando su aprendizaje.

Entrevista con la especialista en educomunicación la MSc. Carolina Guzmán.

La MSc. Carolina Guzmán especialista en educomunicación de la Universidad Técnica del Norte, destacó la importancia de la educomunicación como un elemento de gran impacto en la actualidad. Explicó que, en un mundo donde la información es abundante y de fácil acceso, es fundamental que tanto docentes como estudiantes desarrollen la capacidad de distinguir sobre las fuentes seguras y las que no lo son.

Señaló que YouTube se ha convertido en una herramienta clave dentro de los procesos educativos, pues ofrece una gran variedad de contenidos que pueden complementar la enseñanza tradicional. Sin embargo, enfatizó que es crucial saber seleccionar adecuadamente el material disponible, dado que la plataforma alberga tanto información valiosa como información poco fundamentada.

Asimismo, resaltó cómo los docentes han integrado los videos educativos en sus metodologías de enseñanza, aprovechando su capacidad para explicar de manera visual y detallada conceptos complejos. Esta estrategia permite desglosar los temas de forma más accesible para los estudiantes, facilitando su comprensión y promoviendo un aprendizaje más dinámico e interactivo. En conclusión, la educomunicación y el uso responsable de plataformas digitales como YouTube representan una oportunidad para mejorar la calidad educativa, siempre y cuando se utilicen de manera crítica y reflexiva.

DISCUSIÓN

Tabla 7

Verificación del estado de las hipótesis

| HIPÓTESIS | ESTADO |
|--|-----------|
| H1: Los estudiantes de bachillerato no utilizan YouTube como una fuente de aprendizaje, prefieren contenido de entretenimiento y música. | RECHAZADA |
| H2: El mal uso de la plataforma YouTube por parte de los estudiantes, conllevan a descuidar sus labores educativas, que resulta en la disminución del rendimiento académico. | RECHAZADA |
| H3: La falta de orientación por falta de los docentes sobre cómo utilizar la plataforma YouTube de manera efectiva para el aprendizaje, lleva a los estudiantes a no aprovechar esta plataforma como recurso educativo. | APROBADA |

Fuente: Elaboración propia

Hipótesis 1: Los estudiantes de bachillerato no utilizan YouTube como una fuente de aprendizaje, prefieren contenido de entretenimiento y música.

Los estudiantes de bachillerato si utilizan YouTube como una fuente de aprendizaje, el 60% prefieren contenido educativo y tutoriales de materias específicas, por lo tanto, esta hipótesis es rechazada debido a que la mayoría de los estudiantes informaron que utilizan YouTube principalmente para ver videos que expliquen sobre algún tema del cual les hace falta información para comprender mejor, que pueden ser aprovechados para desarrollar aprendizajes escolares tales como Historia, Lengua y Literatura, Matemática, Ciencias Naturales entre otros campos curriculares, de forma interactiva, colaborativa y entretenida, a través de las, tramas, personajes, escenarios y elementos de las narrativas transmedia (Valdivia, 2020). Mientras que solo un pequeño porcentaje lo usa para acceder a contenido de entretenimiento.

Escobar considera que YouTube es una plataforma educativa valiosa, ya que hace que la educación sea más accesible para todos. Señala que en algunas instituciones educativas puede haber dificultades para completar ciertos currículos, como en el área de integrales y derivadas en matemáticas. En estos casos, YouTube y otras plataformas digitales permiten a los estudiantes

acceder a explicaciones y ejercicios adicionales, facilitando su aprendizaje, pero a pesar de eso, ya depende de la preferencia de los estudiantes al momento de elegir contenido en la plataforma.

Hipótesis 2: El mal uso de la plataforma YouTube por parte de los estudiantes conlleva a descuidar sus labores educativas, que resulta en la disminución del rendimiento académico.

En el estudio realizado, la mayoría de los estudiantes afirmaron realizar múltiples actividades mientras ven o escuchan contenido en YouTube, lo que indica que su uso no representa una distracción absoluta, sino un acompañamiento en sus procesos académicos y cotidianos.

Muchos estudiantes utilizan la plataforma para escuchar música de fondo mientras estudian, hacer tareas o incluso reforzar conceptos con videos educativos. Esta capacidad de combinar el consumo de contenido con otras responsabilidades sugiere que YouTube no es un factor determinante en la disminución del rendimiento académico, sino una herramienta que, cuando se usa adecuadamente, puede mejorar la experiencia de aprendizaje.

Por lo tanto, es fundamental replantear la percepción de YouTube como una distracción y reconocer su potencial como recurso educativo y de apoyo en el estudio. La clave radica en promover un uso equilibrado y consciente de la plataforma, orientado tanto al entretenimiento como al aprendizaje.

Hipótesis 3: La falta de orientación por falta de los docentes sobre cómo utilizar la plataforma YouTube de manera efectiva para el aprendizaje, lleva a los estudiantes a no aprovechar esta plataforma como recurso educativo.

La hipótesis de que la falta de orientación por parte de los docentes sobre cómo utilizar la plataforma YouTube de manera efectiva para el aprendizaje lleva a los estudiantes a no aprovechar esta plataforma como recurso educativo ha sido aprobada. A través del análisis de los datos obtenidos en el cuestionario, se observó que una parte considerable de los estudiantes han identificado y seleccionado recursos educativos de manera independiente, lo que indica que tienen la capacidad de utilizar la plataforma de manera efectiva sin necesidad de una guía constante de los docentes. Además, la disponibilidad de contenido educativo de alta calidad y la facilidad de acceso a través de YouTube han facilitado este proceso de autoaprendizaje.

Asimismo, es importante destacar que muchos estudiantes informan haber descubierto canales educativos populares y útiles a través de sus pares y mediante la búsqueda activa en la plataforma. Esto refleja una capacidad intrínseca para explorar y evaluar el contenido educativo disponible en YouTube. Además, algunas iniciativas escolares y programas extracurriculares ya están incorporando el uso de YouTube como recurso complementario, lo que demuestra que los

estudiantes están expuestos a diversas fuentes de orientación, no limitándose únicamente a sus docentes directos.

Por otro lado, aunque la orientación por parte de los docentes puede mejorar aún más la eficiencia del uso de YouTube para el aprendizaje, la ausencia de esta guía no ha sido un obstáculo significativo para que los estudiantes encuentren y utilicen contenido educativo por su cuenta. Esto sugiere que la plataforma de YouTube, por su naturaleza accesible y diversa, ofrece suficientes herramientas y recursos que permiten a los estudiantes explorar y beneficiarse de manera autónoma.

CONCLUSIONES

1. El avance de la tecnología ha revolucionado la forma en que las personas se comunican, trabajan, aprenden y se relacionan, transformando todos los aspectos de la vida cotidiana y promoviendo una conectividad global sin precedentes, lo que permitió a la educación avanzar hacia nuevos procesos educomunicativos.
2. Los estudiantes de bachillerato en la zona rural de Ibarra específicamente en la Unidad Educativa Valle del Chota muestran una clara preferencia por YouTube como plataforma para acceder a contenido educativo ya sea desde un teléfono móvil, una tableta o una computadora, lo que permite un acceso flexible y adaptado a diferentes contextos y horarios.
3. El uso de YouTube como herramienta educativa ha contribuido significativamente al desarrollo de habilidades digitales entre los estudiantes, vitales en la era digital y pueden tener un impacto duradero en la vida académica y profesional, como la capacidad de búsqueda eficiente.

RECOMENDACIONES

1. Fomentar la creación y uso responsable de contenido en redes sociales que promueva la educación, la expresión cultural y la participación ciudadana, aprovechando su capacidad para democratizar el acceso a la información.
2. Incentivar el desarrollo de programas de capacitación para estudiantes y docentes en zonas rurales que fortalezcan el uso adecuado y eficiente de YouTube como herramienta educativa, asegurando su integración efectiva en el proceso de aprendizaje.

3. Promover la formación docente en el diseño de clases híbridas que incorporen videos de YouTube como complemento a las lecciones tradicionales, haciendo que las sesiones sean más dinámicas y atractivas para los estudiantes, que integren actividades prácticas que fomenten el desarrollo de habilidades digitales, como la búsqueda eficiente de información en plataformas como YouTube.

4. Realizar estudios comparativos que analicen el consumo de contenido educativo en otras plataformas emergentes tales como TikTok porque cuenta con un creciente número de usuarios jóvenes y podría ofrecer nuevas oportunidades y desafíos para la educomunicación en entornos digitales.

BIBLIOGRAFIA

- Aguaded Gómez, J. I. (2005). Estrategias de edu-comunicación en la sociedad audiovisual. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (25-34).
- Aguilar, E. C. (2020). La educación transformadora en el pensamiento de Paulo Freire. *Educere*, 24(78), 197-206.
- Aleixandre Benavent, R., & Ferrer-Sapena, A. (2010). ¿Qué nos aportan las redes sociales?
- Álvarez Orozco, M. E., Martínez Garduño, M. D., & Olivos Rubio, M. I. C. A. E. L. A. (2015). Perfil actitudinal del docente para la tutoría académica en la universidad pública.
- Appadurai, A. (2003). La aldea global. La modernidad desbordada: Dimensiones culturales de la globalización.
- Arellano, E. (1998). La estrategia de comunicación como un principio de integración/interacción dentro de las organizaciones. *Razón y palabra*, enero-marzo, 3, 1-2.
- Arguedas, C. y Herrera, E. (2018). Un canal en YouTube como herramienta de apoyo a un curso de física en educación a distancia. *Ensayos Pedagógicos*, 13(1), 107-130. Recuperado de <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/ensayospedagogicos/article/view/10598>
- Baran, S. y Davis, D. (2010). *Mass Communication "eory. Foundations, ferment and future*. Boston: Wadsworth, Cengage Learning.
- Begnini Domínguez, L. F., Arteaga Alcívar, Y. A., & Arroyo Barahona, C. M. (2022). Educomunicación y recursos didácticos.
- Beltrán-Flandoli, A. M., Pérez-Rodríguez, A., & Mateus, J. C. (2023). YouTube como ciberaula. Revisión crítica de su uso pedagógico en la Universidad Iberoamericana. *RIED-Revista Iberoamericana De Educación a Distancia*, 26(1), 287-306.
- Caicedo, C., Ormaza, 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.

- Capítulo 15. La sociedad hiperconectada. (2010, diciembre 29). Todo va a cambiar |; Todo va a cambiar. <https://www.todovaacambiar.com/capitulo-15-la-sociedad-hiperconectada>
- Castells, M. (2000, October). Internet y la sociedad red. In Conferencia de Presentación del Programa de Doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Universitat Oberta de Catalunya (Vol. 7, pp. 1-13).
- Castells, M. (2001). Internet y la sociedad red. La factoría, 14(15), 1-13. 63
- Castells, M. (2001). La era de la información: economía, sociedad y cultura. Vol. 1: La sociedad red. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2001). Materiales para una teoría preliminar sobre la sociedad de redes. British Journal of Sociology, 51, 57. <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/handle/11162/76404>
- Castells, M. (2006). La sociedad red: una visión global. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2009). La apropiación de las tecnologías. Cultura juvenil en la era digital. Telos, 81, 111-113
- Castells, M. (2013). Comunicación y poder. Siglo XXI Editores México. Celaya, J. (2008). La Empresa en la WEB 2.0. Editorial Grupo Planeta, España.
- Chaves Montero, A. (2018). La utilización de una metodología mixta en investigación social. <https://orcid.org/0000-0001-5861-3414>
- Colás-Bravo, P., & Quintero-Rodríguez, I. (2022). YouTube como herramienta para el aprendizaje informal. Profesional de la Información, 31(3).
- Dussel, I. (2022). ¿Estamos ante el fin de la escuela? Transformaciones tecnológicas y pedagógicas en la pospandemia. Revista del Instituto de Investigaciones en Ciencias de la Educación No. 51, 31-48. DOI: 10.34096/iice.n51.11333.
- Ferrante, P. y B. Igarzábal, B. (2018). Experiencias culturales de la juventud en un mundo conectado. Ponencia presentada al Congreso del Centro Estudios sobre

- Ferrante, P., & Dussel, I. (2022). YouTube como infraestructura educativa. Alineamientos y desacoples entre los medios digitales conectivos y las prácticas escolares. *Voces de la Educación*, (5), 165-196.
- Ferrés, J. (2010). *Educomunicación: más allá del 2.0*: (ed.). Editorial Gedisa.
<https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/61129>
- GARCI, D. V. S. (2019). Fundamentos de la comunicación.
- García, R., Pérez, A., y Torres, A. (2018). s Educar para los nuevos Medios. Editorial Universitaria Abya-Yala.
- Geneteau, G. (2021). La comunicación social y el desarrollo de la sociedad en tiempos de la era digital. *Centros: Revista Científica Universitaria*, 10(1), 110-126.
- George, C. (2020). Alfabetización y alfabetización digital. *Transdigital*, 1(1).<https://doi.org/10.56162/transdigital15>
- Gilster, P. (1997). *Digital literacy*. New York: Wiley.
- Gómez, F. (2016). La Comunicación. *SALUS*. Vol. 20 (3), p. 5. <https://acortar.link/ERjhvq>
- González, M., González, S. y Hernández, V. (2017). Uso del video y de la plataforma YouTube en el contexto Educativo Universitario. (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/dcfe/983290fe7717fc9ba9e7cb10bd35c4fc90e1.pdf>
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Ediciones de la Torre, Madrid.
- Latorre, M. (2018). *Historia de las web, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0*. Universidad Marcelino Champagnat, 1.
- López, J. L., Maza-Córdoba, J., & Tusa, F. (2020). Educar en el contexto digital: el reto de ser edutuber. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E25), 188-200.
- López, N., & Sandoval, I. (2016). *Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa*.

- Lopezosa, C. (2020). Entrevistas semiestructuradas con NVivo: pasos para un análisis cualitativo eficaz. Lopezosa C, Díaz-Noci J, Codina L, editores *Methodos Anuario de Métodos de Investigación en Comunicación Social*, 1. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra; 2020. p. 88-97. <http://dx.doi.org/10.31009/methodos.2020.i01.08>
- López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2016). La encuesta. *Metodología de la investigación social cuantitativa*.
- Medios y Sociedad en Argentina (MESO) 2018. Universidad de San Andrés, Buenos Aires, Argentina.
- Meikle, G. (ed.) (2020). *The Routledge Companion to Media and Activism*. New York and London: Routledge.
- Padilla, E. J., Portilla, G. I., & Torres, M. (2020). Aprendizaje autónomo y plataformas digitales: el uso de tutoriales de YouTube de jóvenes en Ecuador. *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 46(2), 285-297.
- Pérez, T. A. (2012). Marshall McLuhan, las redes sociales y la aldea global. *Revista educación y tecnología*, (2), 8-21.
- Piña-Ferrer, L. S. (2023). El enfoque cualitativo: Una alternativa compleja dentro del mundo de la investigación. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 8(15), 1-3.
- Posligua Anchundia, R., & Zambrano, L. (2020). El empleo del YouTube como herramienta de aprendizaje. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)*, 5(1), 11-20.
- RENTERIA CHAVEZ F. 2009. Niveles de la comunicación. [Sitio web]. [Consulta 10 septiembre del 2016] Disponible en: <http://www.mailxmail.com/cursos-organizacion-imagen/nivelescomunicacion>
- Reyes, C. E. G. (2020). Alfabetización y alfabetización digital. *Transdigital*, 1(1).
- Ruiz, Y. L. (2010). El proceso de comunicación verbal y no verbal y su importancia en la educación infantil. Barreras en el proceso de comunicación en la vida adulta y técnicas para abordar una adecuada comunicación en público. *Cuadernos de Educación y Desarrollo*, (15).

Scolari, C. A. (2012). Comunicación digital: recuerdos del futuro. *El Profesional de la Información*. 2012; 21 (4): 337-340.

SCOLARI, Carlos (2008): *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa, 317 pp. ISBN: 978-84-9784-273- 0.

Serrano Manuel. (1994): *"La Producción Social de Comunicación"*. Editorial Alianza. México.

Tipo de comunicación. 2016. [sitio web]. [Consulta 10 septiembre del 2016]. Disponible en: <http://10ejemplos.com/tipos-de-comunicacion>

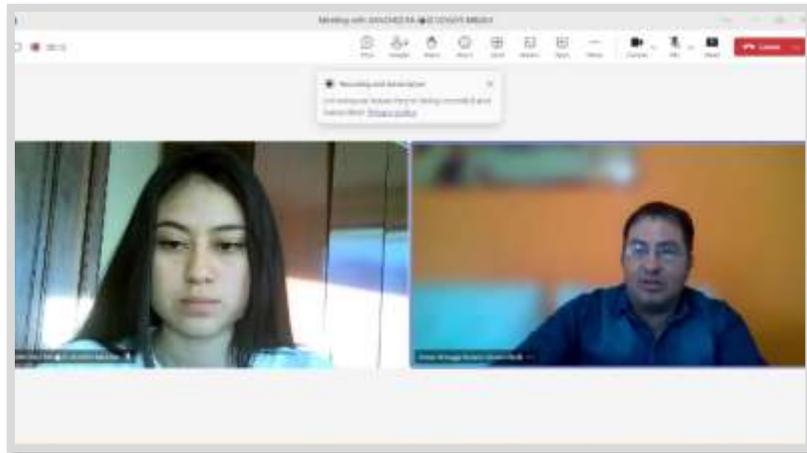
Vega Briceño, E. (2014). *Sociedad hiperconectada*.

ANEXOS

- Entrevista con la Msc. Viviana Escobar (Creadora de contenido Educativo).



- Entrevista con el Tnlgo. Omar Arteaga (Encargado de TICS del Colegio Valle del Chota).



- Encuesta realizada a los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Valle del Chota.



Preguntas Respuestas **112** Configuración

Análisis del consumo de contenido educativo en YouTube de los estudiantes de bachillerato.

Encuesta anónima sobre el uso de YouTube para estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Valle del Orito. Esta encuesta busca recopilar información sobre los hábitos de consumo de contenido en YouTube con fines educativos. Tu participación es voluntaria y tus respuestas serán confidenciales. ¡Gracias por tu colaboración!

Género

Masculino

Femenino

Otro

Preguntas Respuestas **112** Configuración

188 respuestas Ver en Hojas de cálculo

No se pueden más respuestas

Mensaje para los que responden

El formulario ya no admite respuestas

Resumen **Pregunta** Individual

Género

188 respuestas Copiar gráfico

| Género | Porcentaje |
|-----------|------------|
| Masculino | 61.7% |
| Femenino | 34.6% |
| Otro | 3.7% |