



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACION SOCIAL
PORTADA

TEMA:

**“LA EDUCOMUNICACION Y LAS REDES SOCIALES EN LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA UNIVERSIDAD TECNICA DE
AMBATO”**

**Trabajo de Graduación previa a la obtención del Título de Licenciado en
Comunicación Social.**

AUTOR:

Geovanny Mauricio Mora Hernández

TUTOR:

Lic. Mg. Byron Orlando Naranjo Gamboa

Ambato - Ecuador

2017

CERTIFICADO DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el tema “**LA EDUCOMUNICACIÓN Y LAS REDES SOCIALES EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**”, del señor Geovanny Mauricio Mora Hernández, egresado de la Carrera de Comunicación Social, de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho Trabajo de Graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a evaluación del Tribunal de Grado, que el Honorable Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 07 de Agosto de 2017

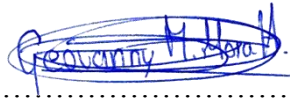


.....
DR. Mg Byron Naranjo Gamboa
Tutor del Trabajo de Titulación

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación: **“La educomunicación y las redes sociales en la carrera de comunicación social en la Universidad Técnica de Ambato”**, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de responsabilidad del autor.

Ambato 7 de Agosto de 2016



Geovanny Mauricio Mora Hernández

C.I. 0503047052

AUTOR

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Concedo los derechos en línea patrimonial de mi proyecto de investigación con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, 07 de Agosto de 2017

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Geovanny H. Mora H.", is written over a horizontal dotted line.

Geovanny Mauricio Mora Hernández

C.I: 0503047052

AUTOR

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: **“LA EDUCOMUNICACIÓN Y LAS REDES SOCIALES EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO”**, presentado por la Sr. Geovanny Mauricio Mora Hernández, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la U.T.A.

Ambato,.....

Para constancia firman:

.....
Presidente

.....
Miembro

.....
Miembro

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de investigación a mis padres, Aníbal Mora y Magdalena Hernández, por ser los mejores amigos en mi formación, a mi esposa Jennyfer Ruiz, por acompañarme y apoyarme fielmente desde el inicio en esta etapa, a mi familia por confiar en mí y darme su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a mi familia, amigos, y todas las personas que encontré en mi camino universitario, en especial a mi familia, gracias a ellos inicié, y permanecí en con el ritmo correcto, a mi esposa, por enseñarme que la vida es mejor si tienes a alguien que ayude a cargar el peso de los problemas, y también a solucionarlos, a los maestros que encontraron la manera de impartir conocimientos sin dejar de lado la lección más importante, llegar a convertirme en un mejor ser humano.

INDICE GENERAL

CONTENIDO

PÁGINA

TEMA:	i
CERTIFICADO DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT	xiv
INTRODUCCION	1
CAPITULO 1	5
El problema de investigación	5
Tema de investigación	5
Planteamiento del problema	5
Contextualización	5
Árbol de problemas	10
Análisis Crítico	11
Prognosis	12
Formulación del problema	12
Preguntas directrices	13
Delimitación	13
Delimitación de Contenidos	13
Delimitación Espacial	13
Delimitación Temporal	13

Unidades de Observación:.....	14
Justificación.....	14
Objetivos	15
General	15
Específicos.....	15
CAPITULO II	16
MARCO TEÓRICO	16
ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	16
FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA	19
FUNDAMENTACIÓN LEGAL	19
Categorías Fundamentales.....	27
Constelación de Ideas de la Variable Independiente.....	28
Constelación de Ideas de la Variable Dependiente	29
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	30
VARIABLE INDEPENDIENTE	30
VARIABLE DEPENDIENTE	45
SEÑALAMIENTO DE VARIABLES	52
CAPÍTULO III	53
METODOLOGÍA	53
Enfoque de la Investigación	53
MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	53
Tipo de la Investigación	55
Población y Muestra.....	56
Operacionalización de variables.....	59
Variable Dependiente: Redes Sociales.....	60
Técnicas e Instrumentos	61
Plan de recolección de información	61
Plan de procesamiento de información.....	62
Revisión y Codificación de la Información.....	62
Categorización y Tabulación de la Información	62

Análisis de Datos.....	62
Selección de estadígrafos	62
Presentación de Datos	63
Interpretación de los Resultados.....	63
CAPÍTULO IV	64
ANÁLISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS	64
Análisis de los resultados	64
Interpretación de datos	64
CAPÍTULO V.....	76
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	76
Conclusiones:	76
Recomendaciones:.....	77
CAPITULO VI	78
PROPUESTA.....	78
Datos Informativos	78
Antecedentes de la Propuesta	79
Justificación.....	80
Objetivos de la propuesta:	80
Objetivo general:	80
Objetivos específicos:.....	81
Análisis de factibilidad.....	81
Fundamentación	83
Modelo operativo	87
Administración	87
Spot audiovisual.	89
Presupuesto.....	91
Evaluación	92
Cronograma	96
Bibliografía	97

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO

PÁGINA

GRÁFICO N° 1 Árbol de Problemas	10
GRÁFICO N° 2 Categorías fundamentales	27
GRÁFICO N° 3 Constelación de Ideas de la Variable Independiente	28
GRÁFICO N° 4 Constelación de Ideas de la Variable Dependiente.....	29
GRÁFICO N° 5 Datos demográficos	92
GRÁFICO N° 6 Tiempo de reproducción	93
GRÁFICO N° 7 Retención de espectadores	94

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO

PÁGINA

CUADRO N° 1 Unidades de observación	57
CUADRO N° 2 Educomunicación.....	59
CUADRO N° 3 Redes Sociales.....	60
CUADRO N° 4 Plan de recolección de información	61
CUADRO N° 5 Modelo operativo	87
CUADRO N° 6 Administración.....	88
CUADRO N° 7 Presupuesto	91
CUADRO N° 8 Cronograma.....	96

RESUMEN EJECUTIVO

La educomunicación gracias a su carácter teórico-práctico ha sido de gran utilidad para facilitar los procesos de enseñanza aprendizaje en la educación formal en todos sus niveles, en conjunto con la utilización de los medios de comunicación para la transmisión de contenidos educativos tiene gran acogida por los diferentes públicos, en su mayoría por la comunidad universitaria que motivados por aprender cada día un poco más encuentran en la educomunicación las técnicas y procesos necesarios para complementar su formación.

Con el fácil acceso a internet y las herramientas web 2.0, el sector educativo pudo transformarse empleando técnicas digitales que facilitan la participación de los estudiantes con sus compañeros, así como también implementar espacios de trabajo virtual que van más allá de las aulas de una institución educativa, facilitando el intercambio de conocimientos y contenidos que mejoran la calidad de enseñanza – aprendizaje de las instituciones educativas.

Las redes sociales gracias a su popularidad y a su gran influencia en el mundo real de sus usuarios juegan un papel importante al momento de ofrecer espacios virtuales dedicados a temas educativos, por tal razón este trabajo investigativo nos da a conocer dos aspectos, el primero sobre cuál es el criterio de la comunidad universitaria para utilizar las redes sociales, específicamente YouTube como una plataforma adecuada para generar contenidos educativos, y el segundo de cuál es el interés de los mismos estudiantes ser quienes generen dichos contenidos, llegando a ser protagonistas de una educación crítica-reflexiva y analizada desde su punto de vista en complemento con la educación formal de la universidad.

Palabras clave: Edu-comunicación, medios de comunicación, internet, redes sociales, YouTube

ABSTRACT

The educommunication thanks to its theoretical-practical nature has been very useful to facilitate the processes of teaching learning in formal education at all levels, in conjunction with the use of the media for the transmission of educational content is well received by The different publics, mostly by the university community that motivated by learning a little more every day find in the educommunication the techniques and processes necessary to complement their training.

With the easy access to the internet and web 2.0 tools, the education sector was able to transform itself using digital techniques that facilitate the participation of students with their peers, as well as to implement virtual workspaces that go beyond the classrooms of an educational institution , Facilitating the exchange of knowledge and contents that improve the quality of teaching and learning of educational institutions.

The social networks, thanks to its popularity and its great influence in the real world of its users play an important role when offering virtual spaces dedicated to educational subjects, for that reason this research gives us two aspects, the first about which Is the criterion of the university community to use social networks, specifically YouTube as an appropriate platform to generate educational content, and the second of which is the interest of the students themselves who generate such content, becoming the protagonists of a critical education -reflexive and analyzed from his point of view in complement with the formal education of the university.

Keywords: Edu-communication, media, internet, social networks, YouTube.

INTRODUCCION

En los procesos tradicionales empleados por las instituciones educativas, se ha podido notar algunas deficiencias relacionadas con los programas establecidos, la limitación del tiempo dentro de las aulas, limitaciones geográficas entre otras, como factores que evitan que todos los estudiantes aprendan de una manera equitativa y eficaz, así lo menciona (Gómez, Roses, & Farias, El uso académico de las redes sociales en universitarios, 2012) “en las universidades podría estar aún muy arraigada la enseñanza tradicional formal, donde la comunicación siempre es unidireccional (profesor-alumno) y donde al alumno le cuesta más participar y sentirse integrado.”(p.5). Dicha integración y participación se considera de vital importancia y más aún en una carrera de comunicación social.

Por tal motivo, nació el interés de investigar el tema de “La educomunicación y las redes sociales en la carrera de comunicación social en la Universidad Técnica de Ambato”, como una opción para mejorar los procesos educativos formales gracias a la integración del uso de internet y la red social denominada YouTube.

Esta temática fue seleccionada para encontrar métodos para poder integrar las redes sociales utilizadas por gran parte de la comunidad universitaria y la creación de contenidos educativos en forma audiovisual, dichos contenidos serán preparados por los estudiantes con la ayuda de docentes, fortaleciendo las relaciones de participación con los maestros y el público en general, aprovechando las características de las herramientas 2.0 como menciona (Carmona, El uso de herramientas 2.0 en la educación, 2011) “Los usuarios son los protagonistas, ya que permiten interactuar directamente en la red y el trabajo entre usuarios, cambiando los roles tradicionales entre alumno-alumno, alumno-profesor e incluso profesor-profesor”(p.9). Buscando una participación activa monitoreada con los datos estadísticos que nos registre la red social.

La educomunicación aplicada en la educación formal tendrá efectos positivos tanto para estudiantes como maestros, y también para el público que no tiene acceso a la misma, como menciona (Haro, 2010)“Las redes sociales tienen una innegable utilidad para la educación formal, aunque su mayor logro consiste en establecer un vínculo que la une con la informal. Esta unión produce una retroalimentación que favorece el proceso educativo general” (p.214). Es decir se podrá transmitir contenido educativo a todas las personas que tengan la predisposición para aprender por su cuenta en cualquier lugar que tenga acceso a internet.

Este trabajo se lo elaboro mediante un enfoque investigativo de carácter mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo con relación a las variables de investigación, aplicado a una muestra de la población de los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Ambato.

Gracias a la aplicación de la técnica de la encuesta se ha podido llegar a obtener datos significativos que justifican la propuesta de la creación de una canal en YouTube destinado a la creación de contenidos educativos por parte de los estudiantes con la colaboración de los docentes de la carrera de comunicación social, este canal tiene como objetivo complementar la educación impartida en la Universidad Técnica de Ambato.

La estructura general del presente trabajo de investigación viene dividida en capítulos, los que a su vez se subdividen en temas y subtemas como se detalle en el siguiente esquema:

Capítulo I: El Problema. Contiene el tema de la investigación, su contextualización y análisis el problema desde diferentes puntos de vista, apoyados en interrogantes, a los

que se darán respuesta durante el desarrollo de la presente investigación. En este capítulo se estableció la delimitación del objeto de investigación, el para qué se investigó, con su justificación, su impacto, interés, factibilidad.

Capítulo II: Marco Teórico. Contiene la fundamentación bibliográfica – documental, que da validez a la solución del problema identificado. Inicialmente se analiza artículos científicos referentes a las variables de investigación, que se usaron como antecedentes al contenido teórico del presente trabajo. A continuación se lo fundamentó desde el punto de vista filosófico, legal y con un marco teórico donde se desagrega las variables de investigación.

Capítulo III: Metodología. Contiene la metodología del trabajo de investigación que se va a usar a los largo de su ejecución, según su modalidad, tipo y nivel. Adicionalmente se establece la población de estudio y se detalla cómo se va a recolectar la información de varias fuentes de estudio, y el tratamiento que se les va a dar luego de su procesamiento y análisis.

Capítulo IV: Análisis de resultados. Contiene el análisis e interpretan de los datos recopilados en los instrumentos de investigación, a través de una metodología estadística y gráfica.

Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones. Se establecen las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo de investigación, luego del análisis de la información recolectada.

Capítulo VI: Propuesta. Contiene la propuesta para la solución del problema identificado.

Línea de investigación: Teoría de la comunicación

CAPITULO 1

El problema de investigación

Tema de investigación

“La educomunicación y las redes sociales en la carrera de Comunicación Social en la Universidad Técnica de Ambato”

Planteamiento del problema

Contextualización

La sociedad está atravesando un cambio constante de tecnologías, no existe una semana en que no se conozca sobre algún nuevo avance en lo que a tecnología de la comunicación se refiere; redes sociales, aplicaciones, gadgets y más, son parte de la integración digital en medios de comunicación e intercambio de información, por lo que se sostiene que “En esta sociedad el entorno está fundado por multiplicidad de redes de personas y de dispositivos que producen, reciben, procesan, almacenan y transmiten información sin condiciones de distancia, tiempo o cantidad.” Castells (2002). Podemos estar en un continente cualquiera y con un simple clic podemos transmitir información a cualquier parte del mundo que tenga conexión a internet, así también podemos enviar un simple emoticón expresando sentimientos, o videos con contenido científico o miles de hojas escritas en un tiempo inmediato, de todo esto, el sector educativo está siendo beneficiado con la aparición o adaptación de métodos de enseñanza – aprendizaje mediante medios digitales.

En el amplio campo de los social-media, tenemos a, You Tube, esta herramienta creada por Chad Hurley, Steve Chen y Jaweb Karim, permite a los usuarios con acceso al

internet alrededor del mundo subir, bajar, visualizar y compartir videos. Su uso en América Latina en los últimos años se ha incrementado de manera que “En 2014, los dos mercados más grandes eran el Brasil, con 64,8 millones de visitantes únicos al mes, que destinaban en promedio 3,5 minutos por video, y México, con 21 millones de visitantes únicos al mes, que ocupaban en promedio 6,1 minutos por video, cuando el promedio mundial era de 4,8 minutos” ((CEPAL), 2015). Siendo estas cifras estadísticas una pequeña muestra de lo que día a día va creciendo alrededor del mundo, ya que el fácil acceso a estos servicios nos dejan que en pocos minutos subamos nuestros videos e interactuemos con los cibernautas.

Los usuarios podemos acceder a todo tipo de contenidos solamente con un clic, es más, no necesitamos estar dentro de una habitación o dentro de un ciber- café, gracias al acceso de los medios sociales, “Múltiples pantallas de diferentes tipos de dispositivos – tabletas, notebooks, netbooks, celulares- se convierten en puertas de entrada a todo tipo de contenidos y relaciones.” (Comba & Toledo, 2014). Tenemos así un sin número de dispositivos con los que podemos acceder, ahora ya no es cosa de otro mundo que con un pequeño presupuesto ya podemos comprar un teléfono inteligente que es totalmente compatible con estas plataformas de acceso.

Como menciona el autor, “toda esta completa gama de herramientas se da gracias a la Web 2.0, que estaría siendo una versión mejorada, de la web que tiene como base la comunidad de usuarios y servicios como redes sociales o blogs, que facilitan el intercambio de información entre sus usuarios”. (Comba & Toledo, 2014).

Los usuarios con su constante colaboración pueden utilizar los recursos que nos ofrece la Web 2.0 para intercambiar información, transmitir conocimiento e involucrarse en procesos de educación formal e informal.

En el Ecuador no se tiene un registro de que se hayan utilizado los medios masivos para el cometido de educación, pero si se conoce del programa Educa Tv, que es un proyecto gubernamental que promueve la educación y la cultura, su duración es de 30 minutos y es retransmitido por la mayoría de medios en el país, como lo menciona un artículo presentado en el quinto simposio de educación y comunicación, que “Educa TV es la única señal de televisión educativa en el Ecuador que satisface la necesidad de contenidos educativos, nace para ayudar a los niños y jóvenes, en especial de las escuelas fiscales. (Suing, Ortiz, Gonzales, & Marín, 2012), tratando así de llegar a lo que se conoce como la educomunicación, pero ¿qué es lo que buscamos con esta educomunicación?, “tendría como finalidad la construcción y creación colectiva a través del intercambio simbólico y el flujo de significados. (...) la naturaleza colaborativa y participativa de la Educomunicación; en segundo lugar, sus posibilidades creativas y transformadoras y, en tercer lugar, los medios y códigos a través de los que se establece el proceso educomunicativo”. (Barbas, 2012) . En este sentido la educomunicación estaría convirtiéndose en un gran aporte para beneficio de la sociedad y la producción de comunidades que comparten conocimientos y experiencias.

Utilizar la tecnología nos trae varias facilidades, haciendo de los medios sociales grandes plataformas de interacción en donde nuestro ordenador se vuelve el vínculo entre los interlocutores y se generan conocimientos en toda la red social, “los libros con pasajes subrayados que almacenamos en nuestras estanterías, en los manuales que hemos aprendido a consultar, en las fuentes de información que hemos conectado a nuestro ordenador, en los amigos a los que podemos recurrir” (Bruner, 1991). Una red social para muchos no es algo aislado de la realidad, buscamos tener una red social activa, con muchas personas que interactúan con nuestros aportes, y se vuelve algo indispensable en nuestro día a día.

Estamos en una era en que todas las empresas y organizaciones utilizan la tecnología y las herramientas digitales para estar conectados con el mundo, las universidades tienen

sus páginas web, redes sociales, bibliotecas virtuales, generando espacios de fácil acceso para sus estudiantes y la vinculación con la sociedad.

En la Universidad Técnica de Ambato, se puede hacer uso de su portal web mediante el acceso al repositorio, bibliotecas virtuales, aulas virtuales y páginas en redes sociales, brindando una opción para interactuar, “La tecnología es, por tanto, una forma de mediación o medio de interacción, no sólo para poder establecer el proceso comunicativo, sino también para problematizar situaciones y «para estimular la discusión, el diálogo, la reflexión y la participación» (Kaplún, 1998).

Aun así existen estudios que nos dan a notar que esos recursos tecnológicos tienen aún grandes vacíos que deben ser cubiertos como por ejemplo, “El desfase generacional entre alumnos (nativos digitales) y profesores (inmigrantes digitales), hace necesario que los docentes adquieran formación y destreza en el uso y manejo de estas herramientas y se adapten a estos nuevos entornos.” (Gómez, Roses, & Farias, El uso académico de las redes sociales en universitarios, 2012).

Estos factores impiden que la tecnología, y sus herramientas como las redes sociales, lleguen a ser herramientas para generar educomunicación.

Por otro lado, existen también ilustraciones que afirman que los estudiantes están continuamente conectados a internet, la mayor parte del tiempo en sus aulas y casas, la mayor parte de este tiempo lo hacen por entretenimiento, pero un pequeño porcentaje para la educación, “para los participantes en los grupos de discusión, utilizar las redes sociales para estas tareas no les supone un esfuerzo adicional, sino que muy al contrario descubren en ellas múltiples ventajas a la hora de compartir información, realizar trabajos, interactuar entre ellos y con los profesores. (Gómez, Roses, & Farias, El uso académico de las redes sociales en universitarios, 2012), ventajas que son evidentes al momento de trasladar los procesos comunicativos de la educación tradicional a un escenario en donde nuestra opinión y la manera de aprender está marcada por nuestras necesidades y motivada por nuestro propio entusiasmo, finalmente está latente la necesidad de generar espacios de manifestación educativa y aprovechar los recursos

tecnológicos para así completar el ciclo de comunicación y educación para nuestra sociedad.

Árbol de problemas

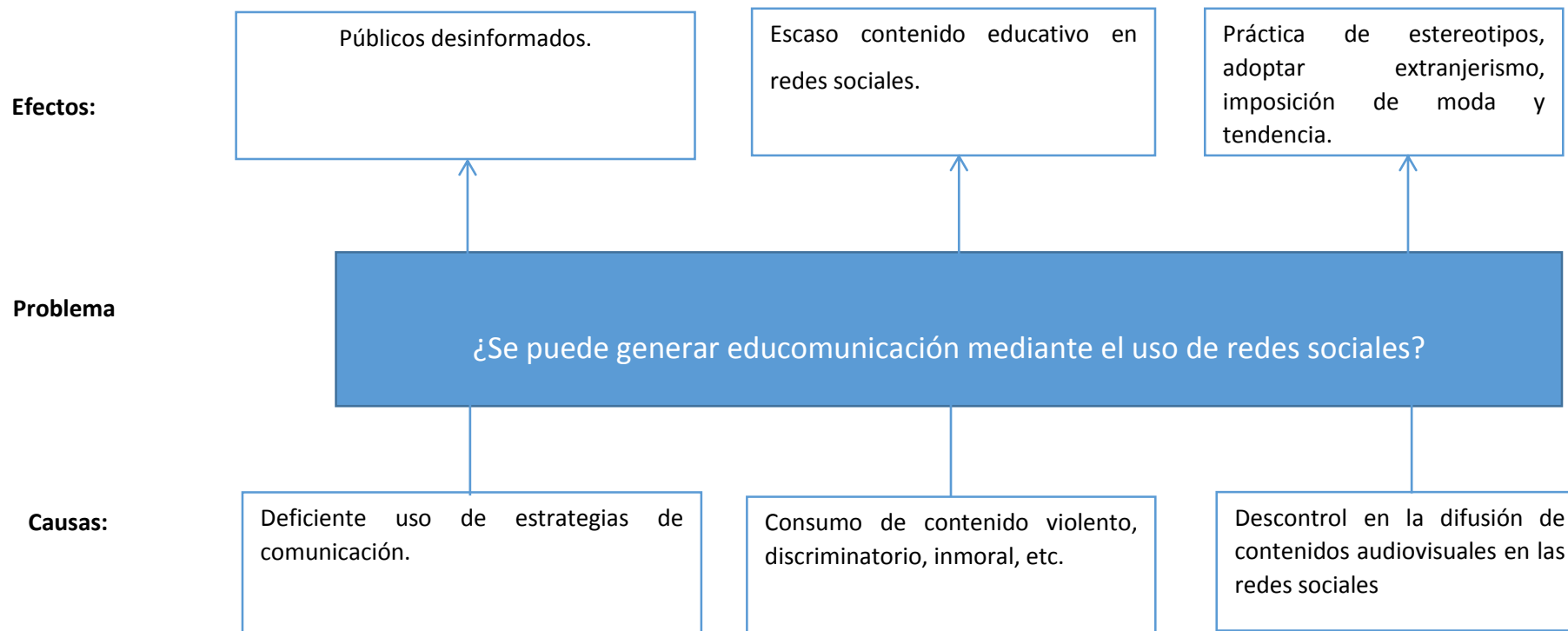


GRÁFICO N° 1 Árbol de Problemas

Fuente: Geovanny Mora

Elaboración: Geovanny Mora

Análisis Crítico

Las redes sociales ofrecen a sus usuarios espacios para compartir información de manera ágil y sencilla, así como conocimientos y saberes, su facilidad de acceso garantiza que todos los miembros de la comunidad que estén conectados puedan utilizar dicha información para educar, entretener, informar y a la vez a desinformar.

Así, como las ventajas en la web 2.0 son amplias, del mismo modo existen sus desventajas, como el deficiente uso de estrategias de comunicación, presente en distintas páginas de redes sociales como Facebook o YouTube, en donde es fácil llegar a confundir el contenido que estas ofertan a los usuarios, que podrían ser dirigidos a público adulto, pero que pueden ser visualizadas fácilmente por públicos menores, del mismo modo, páginas dedicadas a la producción y difusión de noticias falsas, pero con un formato similar a las de los noticieros convencionales, que solamente logran desinformar a los consumidores.

La libertad de insertar y compartir contenidos sin restricción ha llevado a encontrar las redes sociales repletas de publicaciones de carácter violento que solamente incitan al morbo y que lamentablemente llegan a volverse virales, dejando a un lado y sin efecto el contenido educativo o cultural que también está presente, pero no se lo comparte.

Esta gran apertura a nuestras expresiones o pensamientos, ha logrado que se adopten diversos modos de pensar, estereotipos y tendencias que pueden ser perjudiciales de acuerdo al lugar donde hagan efecto, o a los públicos a los que lleguen, los filtros otorgados en internet son cada vez, más vulnerables y es imposible controlar los contenidos que se difunden, bajo este antecedente, queda abierta la duda si ¿las redes sociales tienen contenido educativo o solamente sirven para un básico entretenimiento?

Prognosis

La educomunicación es un proceso que se debe aplicar, para concienciar a las audiencias sobre el uso adecuado que se les debe dar a las redes sociales, si no se emprende proyectos de difusión de contenidos educativos las audiencias seguirán conformándose con lo que la red les ofrece, el público se ha limitado a observar lo que ofrece la web.

Es necesario generar productos audiovisuales acorde al contexto y necesidades del público objetivo que va dirigido el mensaje, si no se aplica la educomunicación no habrá opción para que las audiencias tengan alternativas y decidir qué es lo que quiere consumir y que no.

Niños y jóvenes van a seguir expuestos a contenidos sexuales, violentos; que por su libre acceso muchas veces no son supervisados, por lo que se exponen a que de alguna forma puede afectar su estado emocional y psicológico.

Las redes sociales tienen sus ventajas, pero puede ser una herramienta peligrosa si no se le da el uso adecuado, se puede observar que es el medio menos empático a comparación de radio o televisión, pero la rapidez con la que se difunde la información y la inmediatez en la respuesta se podría decir que es un medio del que se podría aprovechar de alguna forma productiva en bien de la sociedad.

Formulación del problema

¿Se puede generar educomunicación mediante el uso de las redes sociales?

Preguntas directrices

1. ¿En las redes sociales hay contenidos de educomunicación?
2. ¿Las redes sociales pueden servir para la creación de contenido educomunicacional?
3. ¿Los futuros comunicadores sociales deben apoyarse en las redes sociales para difundir productos educomunicacionales?

Delimitación

Delimitación de Contenidos

CAMPO: Comunicación

ÁREA: Comunicación Social

ASPECTO: Educomunicación y redes sociales

Delimitación Espacial

Redes Sociales

Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales

Delimitación Temporal

La presente investigación se ejecutará en el periodo de Marzo 2017 – Septiembre 2017.

Unidades de Observación:

Usuarios de redes sociales

Justificación

La educomunicación y el uso de las redes sociales, es un tema de interés social, cada día las personas usan las redes sociales con diferentes fines, unos lo hacen por entretenimiento, por informarse y otras buscan contenido educativo que aporte al conocimiento o a responder a las interrogantes que se plantea durante la navegación en la web.

El proyecto es **Importante**, porque como consumidores de redes sociales, el contenido debe cumplir ciertas exigencias para que el contenido sea de calidad, pero sobretodo que el acceso no sea un peligro para audiencias como niños o adolescentes que se exponen al observar y escuchar contenidos violentos, sexuales, discriminatorios, etc.

Es **Factible**, ya que al ser las redes sociales herramientas virtuales de libre acceso, se puede generar contenidos educativos, para fomentar la participación y una comunicación interactiva que ayude a la formación de cada persona así como al conocimiento, contribuyendo en las diferentes ramas de la educación.

Además es un tema de **impacto**, debido a que en el Ecuador se impulsan proyectos educomunicacionales, es así que se puede identificar en radio, televisión y medios impresos espacios destinados a la comunicación educativa; al fomentar este tipo de

contenidos, las plataformas virtuales se constituyen en lugares estratégicos para fortalecer la educación.

El **beneficio** que se genera mediante la aplicación de la educomunicación en las redes sociales es principalmente orientado a un público joven que tendrá la opción de acercarse a información adecuada mediante plataformas virtuales, y no hacer un mal uso de ellas como regularmente ocurre en la actualidad.

La aplicación de la educomunicación en las redes sociales es un proyecto que basa su originalidad porque busca enlazar la comunicación y educación, a través de productos audiovisuales, que promuevan la participación y fomenten la retroalimentación para que emisor y receptor se conviertan en interlocutores dinámicos en este proceso.

Objetivos

General

Describir el tratamiento de la educomunicación en las redes sociales en la carrera de comunicación social en la Universidad Técnica de Ambato.

Específicos

- Identificar los contenidos educomunicacionales en las redes sociales
- Conocer el uso de las redes sociales en la carrera de comunicación social.
- Diseñar un producto educomunicacional dirigido a los estudiantes de la carrera de comunicación social de la universidad técnica de Ambato, para difundirlo en las redes sociales.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Luego de revisar los trabajos investigativos en la biblioteca de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales sobre el tema “La educomunicación y las redes sociales en la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales”, llego a la conclusión que no existen trabajos que tengan similitudes con el tema propuesto, por lo que sustentamos que el tema de investigación es original.

Tema: “USO DE LAS HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS DEL PERIODISMO 2.0 Y LAS HABILIDADES DEL ESTUDIANTADO DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO”.

Autor: Ramos, Jenny.

Lugar: Universidad Técnica de Ambato Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales.

Año: 2014

Objetivo General: Fundamentar el uso las herramientas informáticas del periodismo 2.0 en las habilidades del estudiantado de la carrera de Comunicación Social.

Esta investigación deja varias conclusiones entre ellas, se logra demostrar la incidencia de las herramientas informáticas que potencian las habilidades de los estudiantes, así como también existe deficiencia en el uso de las mismas.

Se puede notar también que los estudiantes mantienen gran interés en su capacitación con herramientas informáticas del periodismo 2.0, y que existe un bajo nivel de capacitación en este ámbito, y sugieren que es necesario trabajar con periodismo digital desde los primeros semestres de su carrera.

Se plantea realizar una guía multimedia con productos periodísticos 2.0 dentro de las aulas que según la investigación ayudara a los estudiantes a integrarse en la era digital, así como del periodismo 2.0

Tema: EDUCOMUNICACION Y LA EDUCACION SEXUAL DE LOS/LAS ESTUDIANTES DEL COLEGIO UNIVERSITARIO JUAN MONTALVO DEL CANTÓN AMBATO

Autor: Segovia, Rosa.

Lugar: Ambato

Año: 2014

Objetivo General: Determinar la incidencia de la Educomunicación en la educación sexual de los/las estudiantes del Colegio Universitario Juan Montalvo del Cantón Ambato en el período agosto 2013- febrero 2014

Conclusiones:

En este trabajo investigativo se llega a las siguientes conclusiones:

En el establecimiento educativo se mantiene un método de enseñanza y aprendizaje tradicional convencional, y se desconoce sobre la comunicación enfocada en la educación, que sería una herramienta útil para hablar de temas como la educación sexual.

La temática de educación sexual, aun se lo trata como un Tabú dentro de este establecimiento, y no existe dentro de la malla curricular una materia que enseñe sobre esto, hacia los jóvenes estudiantes, por lo tanto los estudiantes no pueden tomar esta temática responsablemente tanto a sus consecuencias.

Tema: La Educomunicación y las obras de teatro en la ciudadanía ambateña.

Autor: Rodriguez, Andrea

Lugar: Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales

Año: 2014

Objetivo General: Usar la Educomunicación a través del teatro para fortalecer la identidad ambateña.

Conclusiones:

En el trabajo investigativo se concluye que, en la población de Ambato existe poco conocimiento sobre lo que es la educomunicación y sus beneficios.

Del mismo modo, la ciudadanía ambateña aprueba que se difunda contenidos relacionados a la identidad ambateña, y que un método favorable para este cometido sean las obras de teatro que producidas desde un enfoque educomunicacional, se podría enseñar y explicar sobre la identidad de Ambato, así como también su aprobación a participar en obras de teatro de esta naturaleza.

FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Este proyecto investigativo se basa en el paradigma crítico propositivo. Es crítico porque cuestiona los esquemas sociales y es propositivo ya que la investigación no se detiene en la observación del problema planteado sino plantea alternativas de solución en un clima de actividad, esto ayuda a la interpretación y comprensión de los fenómenos sociales en su totalidad.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La base legal en que se fundamenta la presente investigación son las siguientes:

Constitución de la República del Ecuador

Art. 343.- El sistema nacional de educación tendrá como finalidad el desarrollo de capacidades y potencialidades individuales y colectivas de la población, que posibiliten el aprendizaje, y la generación y utilización de conocimientos, técnicas, saberes, artes y cultura.

El sistema tendrá como centro al sujeto que aprende, y funcionará de manera flexible y dinámica, incluyente, eficaz y eficiente. El sistema nacional de educación integrará una visión intercultural acorde con la diversidad geográfica, cultural y lingüística del país, y el respeto a los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades.

Art. 344.- El sistema nacional de educación comprenderá las instituciones, programas, políticas, recursos y actores del proceso educativo, así como acciones en los niveles de educación inicial, básica y bachillerato, y estará articulado con el sistema de educación superior. El Estado ejercerá la rectoría del sistema a través de la autoridad educativa nacional, que formulará la política nacional de educación; asimismo regulará y controlará las actividades relacionadas con la educación, así como el funcionamiento de las entidades del sistema.

Art. 345.- La educación como servicio público se prestará a través de instituciones públicas, fisco misional y particular. En los establecimientos educativos se proporcionarán sin costo servicios de carácter social y de apoyo psicológico, en el marco del sistema de inclusión y equidad social.

Art. 346.- Existirá una institución pública, con autonomía, de evaluación integral interna y externa, que promueva la calidad de la educación.

Art. 347.- Será responsabilidad del Estado:

1. Fortalecer la educación pública y la coeducación; asegurar el mejoramiento permanente de la calidad, la ampliación de la cobertura, la infraestructura física y el equipamiento necesario de las instituciones educativas públicas.

2. Garantizar que los centros educativos sean espacios democráticos de ejercicio de derechos y convivencia pacífica. Los centros educativos serán espacios de detección temprana de requerimientos especiales.
3. Garantizar modalidades formales y no formales de educación.
4. Asegurar que todas las entidades educativas impartan una educación en ciudadanía, sexualidad y ambiente, desde el enfoque de derechos.
5. Garantizar el respeto del desarrollo psicoevolutivo de los niños, niñas y adolescentes, en todo el proceso educativo.
6. Erradicar todas las formas de violencia en el sistema educativo y velar por la integridad física, psicológica y sexual de las estudiantes y los estudiantes.
7. Erradicar el analfabetismo puro, funcional y digital, y apoyar los procesos de pos alfabetización y educación permanente para personas adultas, y la superación del rezago educativo.
8. Incorporar las tecnologías de la información y comunicación en el proceso educativo y propiciar el enlace de la enseñanza con las actividades productivas o sociales.
9. Garantizar el sistema de educación intercultural bilingüe, en el cual se utilizará como lengua principal de educación la de la nacionalidad respectiva y el castellano como idioma de relación intercultural, bajo la rectoría de las políticas públicas del Estado y con total respeto a los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades.
10. Asegurar que se incluya en los currículos de estudio, de manera progresiva, la enseñanza de al menos una lengua ancestral.
11. Garantizar la participación activa de estudiantes, familias y docentes en los procesos educativos.
12. Garantizar, bajo los principios de equidad social, territorial y regional que todas las personas tengan acceso a la educación pública.

Art. 348.- La educación pública será gratuita y el Estado la financiará de manera oportuna, regular y suficiente. La distribución de los recursos destinados a la educación se regirá por criterios de equidad social, poblacional y territorial, entre otros. El Estado financiará la educación especial y podrá apoyar financieramente a la educación fisco misional, artesanal y comunitario, siempre que cumplan con los principios de gratuidad, obligatoriedad e igualdad de oportunidades, rindan cuentas de sus resultados educativos y del manejo de los recursos públicos, y estén debidamente calificadas, de acuerdo con la ley. Las instituciones educativas que reciban financiamiento público no tendrán fines de lucro. La falta de transferencia de recursos en las condiciones señaladas será sancionada con la destitución de la autoridad y de las servidoras y servidores públicos remisos de su obligación.

También está fundamentada en los siguientes artículos de la actual **Ley Orgánica de Comunicación**:

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

Art. 4.-Contenidos en redes sociales. Esta ley no regula la información u opinión que circula a través de las redes sociales.

Art. 5.-Medios de comunicación social.-Para efectos de esta ley, se considera medios de comunicación social a las personas, empresas y organizaciones públicas, privadas y comunitarias, que prestan el servicio público de comunicación masiva usando como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet

Art.-12.- Principio de democratización de la comunicación e información.- Las actuaciones y decisiones de los funcionarios y autoridades públicas con competencias en

materia de derechos a la comunicación, propenderán permanente y progresivamente a crear las condiciones materiales, jurídicas y políticas. Para alcanzar y profundizar la democratización de la propiedad y acceso a los medios de comunicación, a crear medios de comunicación, a generar espacios de participación, al acceso a las frecuencias del espectro radioeléctrico asignadas para los servicios de radio y televisión abierta y por suscripción, las tecnologías y flujos de información.

Art. 13.- Principio de participación.- Las autoridades y funcionarios públicos así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación.

Art. 16.-Principio de transparencia.- Los medios de comunicación social difundirán sus políticas editoriales e informativas y su código deontológico en portales web o en un instrumento a disposición del público.

Art. 17.-Derecho a la libertad de expresión y opinión.- Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

Art.-19.- Responsabilidad ulterior.- Para efectos de esta ley, responsabilidad ulteriores la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias administrativas posteriores a difundir contenidos que lesionen los derechos establecidos en la Constitución y en particular los derechos de la comunicación y la seguridad pública del Estado, a través de los medios de comunicación.

Art.- 20.- Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación.- Habrá lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, en los ámbitos administrativo, civil y penal cuando los contenidos difundidos sean asumidos expresamente por el medio o no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona. Los comentarios formulados al pie de las publicaciones electrónicas en las páginas web de los medios de comunicación legalmente constituidos serán responsabilidad personal de quienes los efectúen, salvo que los medios omitan cumplir con una de las siguientes acciones:

1. Informar de manera clara al usuario sobre su responsabilidad personal respecto de los comentarios emitidos;
2. Generar mecanismos de registro de los datos personales que permitan su identificación, como nombre, dirección electrónica, cédula de ciudadanía o identidad.
3. Diseñar e implementar mecanismos de autorregulación que eviten la publicación, y permitan la denuncia y eliminación de contenidos que lesionen los derechos consagrados en la Constitución y la ley. Los medios de comunicación solo podrán reproducir mensajes de las redes sociales cuando el emisor de tales mensajes esté debidamente identificado; si los medios de comunicación no cumplen con esta obligación, tendrán la misma responsabilidad establecida para los contenidos publicados en su página web que no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona.

Art.-21.- Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación.- El medio de comunicación será solidariamente responsable por las indemnizaciones y compensaciones de carácter civil a que haya lugar, por incumplir su obligación de realizar las rectificaciones o impedir a los afectados el ejercicio de los derechos de réplica y de respuesta ordenados por la Superintendencia de la Información y Comunicación, previo el debido proceso, y que han sido generadas por la difusión de todo tipo de contenido que lesione derechos humanos, la reputación, el honor, el buen nombre de las personas y la seguridad pública del Estado, de acuerdo a lo que establece la Constitución y la ley.

Art.- 29.- Libertad de información.- Todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo. Esta libertad solo puede limitarse fundadamente mediante el establecimiento previo y explícito de causas contempladas en la ley, la Constitución o un instrumento internacional de derechos humanos, y solo en la medida que esto sea indispensable para el ejercicio de otros derechos fundamentales o el mantenimiento del orden constituido. Toda conducta que constituya una restricción ilegal a la libertad de información, será sancionada administrativamente de la misma manera que esta Ley lo hace en los casos

de censura previa por autoridades públicas y en los medios de comunicación, sin perjuicio de las otras acciones legales a las que haya lugar.

Art.-35.- Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación.- Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo.

Art. 40.- Libre ejercicio de la comunicación.- Todas las personas ejercerán libremente los derechos a la comunicación reconocidos en la Constitución y esta ley a través de cualquier medio de comunicación social. Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas. Las personas que realicen programas o actividades periodísticas en las lenguas de las nacionalidades y pueblos indígenas, no están sujetas a las obligaciones establecidas en el párrafo anterior.

Título VII **régimen del buen vivir**, capítulo primero inclusión y equidad, sección primera educación,

Art. 347.- será responsabilidad del estado:

8. Incorporar las tecnologías de la información y comunicación en el proceso educativo y propiciar el enlace de la enseñanza con las actividades productivas o sociales.

Y en los Arts. 2 y 3 del **Estatuto de la Universidad Técnica de Ambato** en los que se hace especial hincapié en la generación de proyectos y propuestas como soporte del desarrollo provincial, regional y nacional, mediante el uso de técnicas investigativas, científicas y tecnológicas, para contribuir con el desarrollo de la calidad de vida de los ecuatorianos.

Por lo tanto tenemos el respaldo legal para desarrollar una investigación que en este caso contribuirá a los procesos educativos, tanto a nivel regional, así como nacional, es necesario encontrar métodos de comunicación y educación que vayan de la mano con los avances tecnológicos y los cambios del mundo digital, sea esto dentro de las instituciones educativas, o dentro de los hogares.

Haciendo uso del derecho al acceso universal a las tecnologías de la información, no limitando solamente al aprendizaje o a la producción de contenidos, al sector educativo presencial, si no, utilizando herramientas digitales que hagan más eficaz su difusión y su acceso, siempre y cuando se mantenga la responsabilidad de cada uno de los productores de los contenidos y garantizando valores que ayuden a un mejor estilo de vida

Categorías Fundamentales

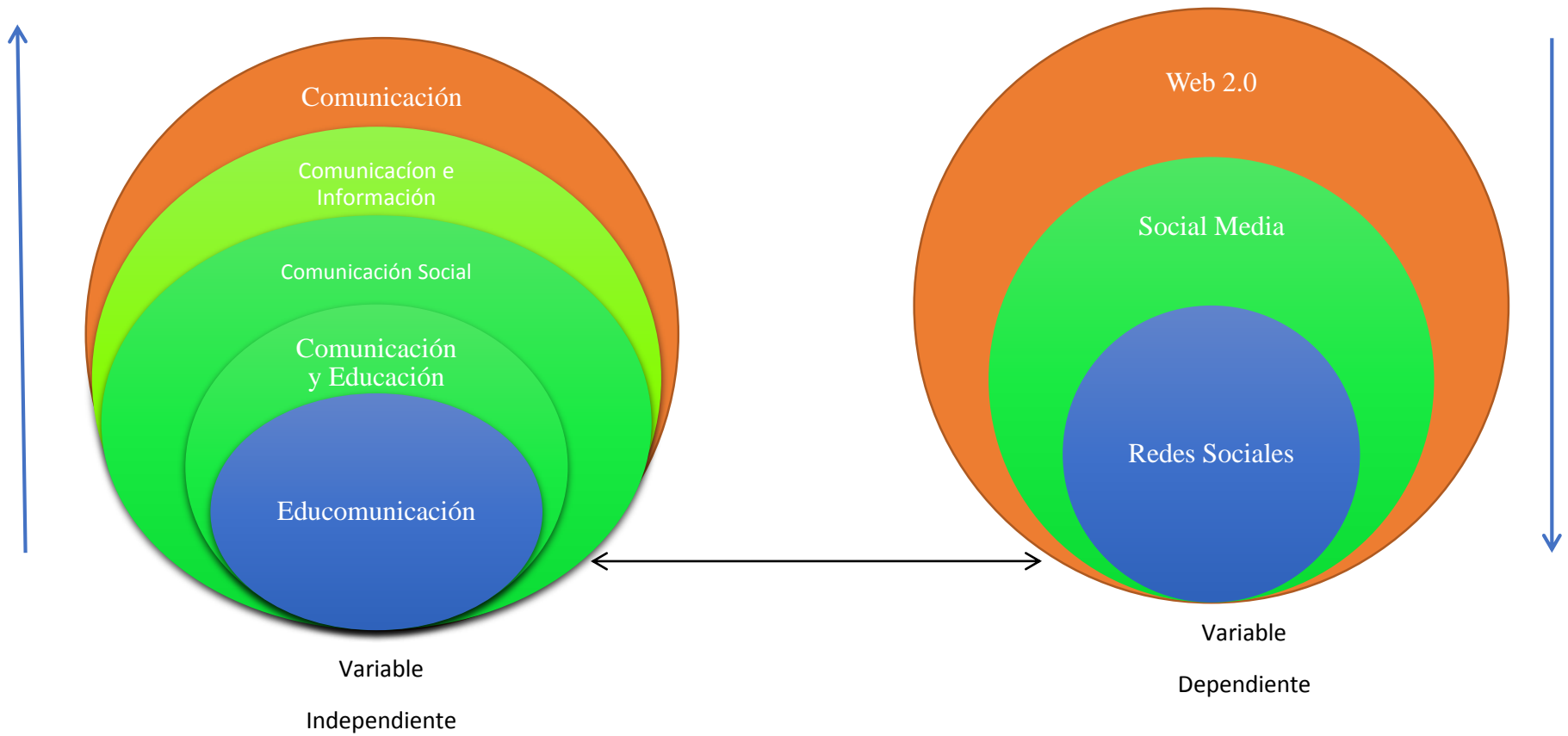


GRÁFICO N° 2 Categorías fundamentales

Fuente: Geovanny Mora

Elaboración: Geovanny Mora

Constelación de Ideas de la Variable Independiente

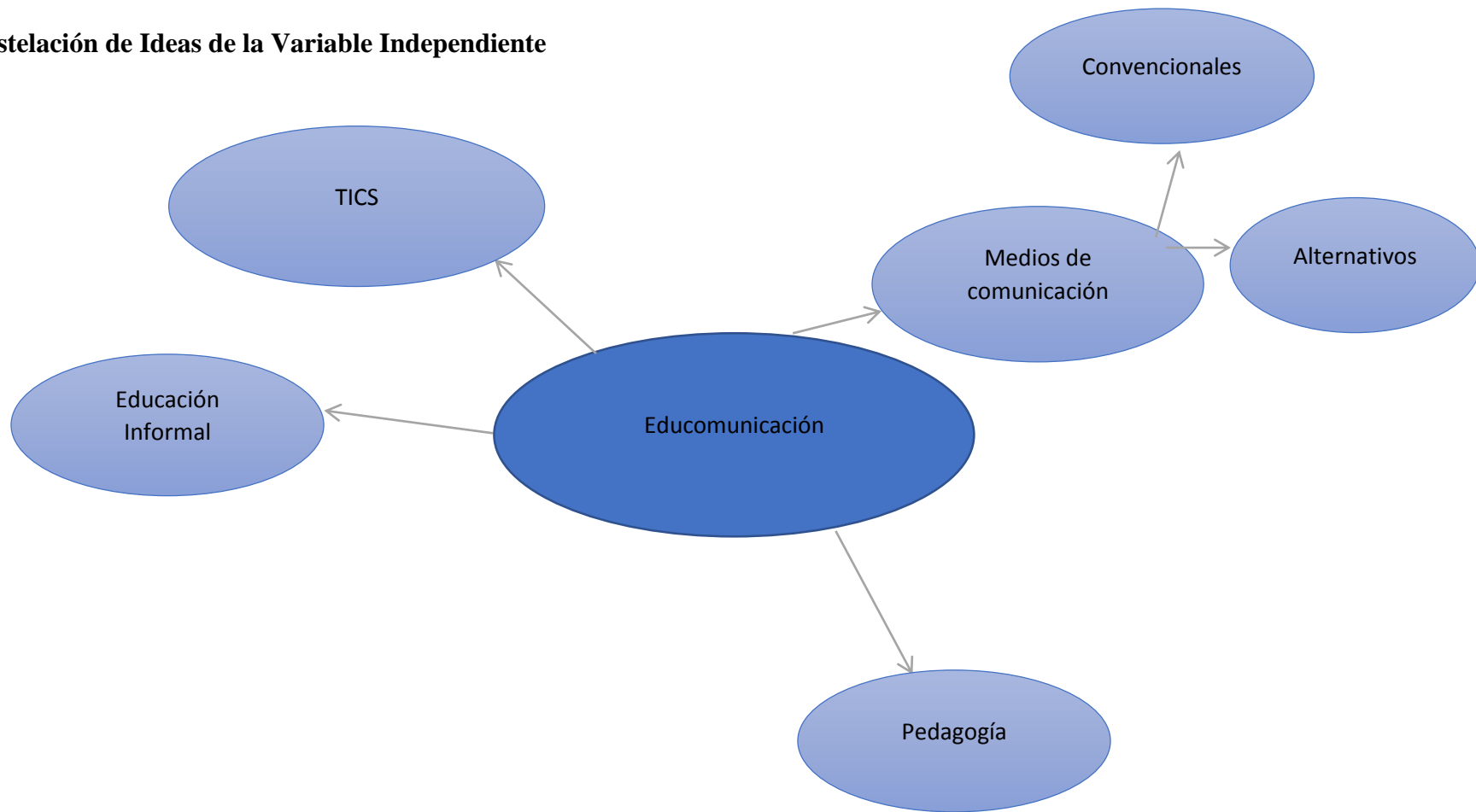


GRÁFICO N° 3 Constelación de Ideas de la Variable Independiente

Fuente: Geovanny Mora

Elaboración: Geovanny Mora

Constelación de Ideas de la Variable Dependiente

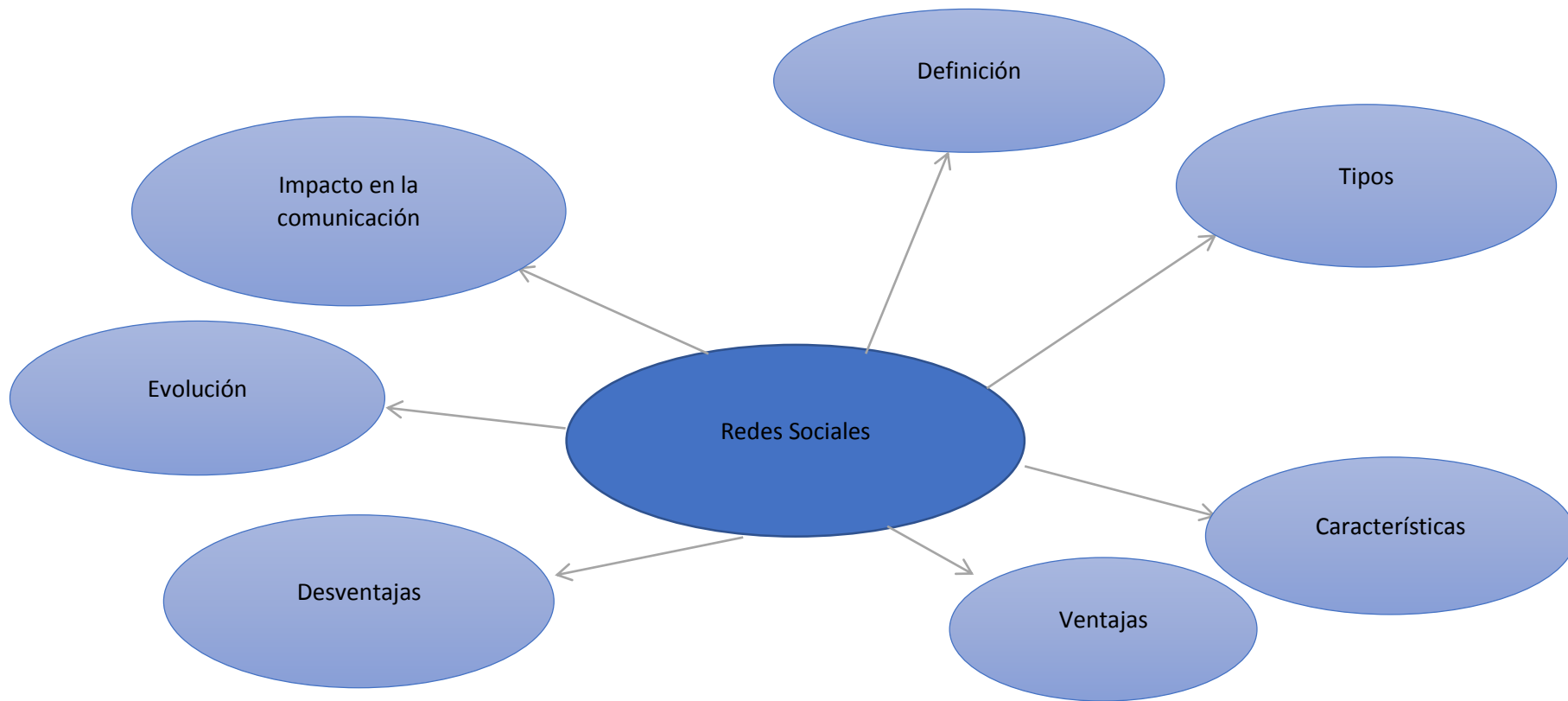


GRÁFICO N° 4 Constelación de Ideas de la Variable Dependiente

Fuente: Geovanny Mora

Elaboración: Geovanny Mora

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

VARIABLE INDEPENDIENTE

COMUNICACIÓN

Cuando hablamos de comunicación estamos hablando de un complejo proceso en donde intervienen varios factores que permiten que los seres humanos puedan poner cosas en común, permite realizar intercambios de conocimientos, opiniones y más. Por otro lado también nos referiremos a la definición otorgada por (Prieto, 1997), quien dice:

“La Comunicación es un hecho social omnipresente y permanente, que se expresa en el intercambio de experiencias, conocimientos, emociones, pensamientos; de modo que quienes participan en ese intercambio se encuentran en capacidad de presuponer sentidos o conceptos similares. La comunicación entonces, hay que asumirla como una praxis colectiva que, se instituye y manifiesta a través de formas simbólicas y de sistemas de significaciones, cuya esencia radica en la percepción, generación, producción, intercambio, aceptación- negación de realidades”(p.96)

A toda esta práctica diaria de intercambio de expresiones cotidianas, el salir a la calle, mirar, sentir, expresar, aceptar o simplemente ignorar, las llamamos comunicación, pero, con tan solo mencionar estas acciones, ¿podemos tener una idea de comunicación?, al fin de cuentas no se puede definir algo tan grande y amplio con tan solo un párrafo, es un poco descabellado, podemos partir de dos simples verbos, el primero es COMUNICAR, y el segundo COMUNICARSE, que aparentemente nos pueden llevar a la misma conclusión, pero podría ser distinto, para esto (Kaplún, 1998) menciona. “1. Acto de informar, de transmitir, de emitir. Verbo: COMUNICAR: Diálogo, intercambio;

relación de compartir, de hallarse en correspondencia, en reciprocidad. Verbo: COMUNICARSE” (p59).

Aquí tenemos una gran diferencia marcada, una diferencia direccional, mientras la primera va en un solo sentido, la segunda tiende a variar tanto de ida y de vuelta, no solo nos basta con emitir, o transmitir, necesitamos que exista esa naturaleza de reciprocidad, la relación que existe entre una persona y otra del saber que la otra parte es correspondiente con nuestros mensajes.

De un modo u otro, la comunicación no podría existir si no existe esa interacción, como lo señala, (Joan, 2012): “La comunicación en tanto que un modo de acción, es un proceso, y el mecanismo que lo sustenta en el espacio-tiempo es la interacción, esta se basa en la retroacción”(p32). Todos quienes nos comunicamos estamos dentro de un espacio tiempo, de forma verbal o no verbal, necesitamos saber si existe una retroacción o como el termino más conocido como feed back, nuestros mensajes una vez emitidos deberían transformarse en acciones, una relación direccional, un mensaje de ida y una acción de respuesta.

Los procesos de comunicación desarrollados por los integrantes de un tiempo espacio, dan lugar a una sociedad, un conjunto de individuos, que bajo un mismo código, transmite mensajes e interactúa, por lo que la sociedad según (Joan, 2012), se define: “por el conjunto de interacciones que tienen lugar entre sus miembros. Así, la sociedad no es una suma de individuos, (...) si no el conjunto de relaciones que tiene lugar entre esos individuos.”(p33).

Tomando en cuenta que el conjunto de relaciones entre estos, es la comunicación, esta es un elemento fundamental dentro de las sociedades, dejando a un lado los datos

estadísticos, como el número de individuos dentro de un territorio, si no existe una interacción entre ellos, no se podrá hablar de una sociedad.

COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

Una aproximación muy simple para entender sobre que es información seria la siguiente, cuando observamos un acontecimiento, puede ser un accidente de tránsito, o cuando observamos algún suceso aleatorio, lo transformamos en una idea, esta idea transmitida se transformará en información, según (Niño & Pérez, 2005) la información es: “resultado del proceso de formación de un conocimiento sobre un objeto y como el significado se codifica o se descodifica en un determinado mensaje” (p.24)

Para que exista comunicación se debe transmitir información, debe existir una relación de intercambio entre una o más personas, como lo señala, (Monsalve, 2003) “Comunicación es la interacción que se realiza entre dos fuentes de información (...) cada una actúa alternativamente como emisor o como receptor”. De esto se crea una duda de si los medios son de comunicación o información, ya que los dos transmiten información y también comunican, pero en los últimos años con los avances tecnológicos entra en el campo de los medios, los digitales, mismos que son parte importante de las tecnologías de la información y comunicación.

Los medios digitales catalogados como nuevos nos presentan un nivel de interactividad más amplia como lo señala (Marí, 2011) : “se abre la posibilidad de emitir mensajes desde la posición del receptor, con lo que se rompe con la un direccionalidad de los más media” (p.52). Estos medios tienen como característica a los usuarios que son los que producen o seleccionan la información que desean consumir o transmitir, que hacen que la interactividad sea más rica y eficiente.

De este modo tenemos medios digitales que utilizan el modelo de comunicación de consulta, que según (Marí, 2011) funciona así: “En el modelo de registro, finalmente, es el usuario quien produce la información que se introduce en el medio, como sucede en el actual caso de los Blogs” (p. 53).

Bajo este modelo funcionan gran parte de las herramientas de la web 2.0 que nos permiten comunicarnos y transmitir gran cantidad de información y contenidos como son las redes sociales, blogs, portales web, entre las más populares tenemos YouTube que será la que utilizaremos en el avance de esta investigación.

COMUNICACIÓN SOCIAL

La comunicación social es el estudio de la unión y relación de los cambios sociales y comunicativos, dejando a estas temáticas como las guías dentro del estudio de contextos y realidades para la creación de mensajes. La comunicación Social ya no solo busca informar o entretener, sino que se convierte en el analista de las herramientas y formatos en las que se transmite un mensaje para el empoderamiento del mensaje o del receptor a través de este.

Tomando en cuenta la teoría de la comunicación humana de Paul Watzlawick, la comunicación toma en cuenta las conductas, siendo imposible no demostrarlas, por lo cual también planteó la teoría de que expresivamente todo comunica, no hay término, movimiento e incluso silencio que no esté influenciado por la conducta y que no comunique.

Vivimos diariamente de la comunicación, es lo que nos mantiene funcionando socialmente, incluso es lo que separa diferentes comunidades y grupos sociales, por la manera en como deciden comunicar sus creencias, ideologías, deseos y pensamientos.

Actualmente las generaciones nuevas se han visto atadas a una comunicación digitalizada, rápida, mundial y general, mucha de esta comunicación utilizada para enseñar o aprender es una sola, lo que conlleva a que la construcción de conocimientos se torne un poco más global, sin tomar en cuenta contextos adecuados a los consumidores de mensajes, ni la necesidad adecuada de lo que se debe comunicar, es decir que nos enfrentamos a tener resultados que no consideren una producción de productos comunicacionales que cubran cada una de las necesidades de la comunidad, lo que no permitirá generar un cambio al ser el punto de partida para la generación de pensamientos críticos.

Si permitimos que los jóvenes se unan en interacción social permanente con una desarrollada por signos y expresiones, puede desarrollar procesos mentales adecuados, que permitan transformar o ser transformados según la forma de ser de la sociedad, dejando al individuo la habilidad de adquirir conciencia de nosotros mismos y mejor posibilidad de actuar y reaccionar.

La comunicación se ha convertido en una actividad instintiva y hasta inconsciente del ser humano, es un eje fundamental en el desarrollo de una realidad, pues entre la información compartida y la comprensión de lo recibido, el individuo puede mantenerse como parte de un grupo social, o por ende ser capaz de crear uno propio.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

La comunicación y su relación con los procesos educativos, va desde los niveles iniciales de educación dentro de los hogares, hasta los escenarios de educación superior, la comunicación es algo fundamental, ya sea en la educación formal e informal, es decir, dentro de una escuela, o mediante una videoconferencia, los participantes se mantienen intercambiando actos comunicativos, teniendo en cuenta que dichos actos comunicativos no tienen solo que ver con el lenguaje verbal, como señala (Niño & Pérez, 2005) : “ los actos comunicativos sobrepasan el uso de la lengua, son realizaciones semióticas basadas en el uso de otros sistemas sígnicos, como las señas, (...) las imágenes en movimiento, el color” (p.22).

Hay que tomar en cuenta también que aun en la actualidad se mantiene la enseñanza tradicional en donde un maestro es el dueño de todos los conocimientos y los va depositando en sus alumnos, siendo solamente un receptor sin voz ni opinión, esta actitud pasiva muestra una comunicación deficiente, como menciona (Niño & Pérez, 2005) en la comunicación el estudiante se encuentra en total dependencia de la acción comunicativa del docente, no sólo no participa, no tiene iniciativa, ni siquiera muchas veces anda al ritmo del profesor”(p.39), lo mismo que pasa con los medios masivos al replicar de una manera similar, los contenidos que transmiten y la poca participación de las audiencias.

LA EDUCOMUNICACIÓN

Nace de la Comunicación para el desarrollo, y tomando de nuevo la definición de Germán Parra Alvarracín (2000) “es la pedagogía que orienta y enseña cómo desarrollar

aprendizajes significativos, y a la vez cómo consumir productivamente los mensajes que nos vienen de los medios masivos y del intercambio de pensamientos que se producen de la convivencia social” (p.23). Nos deja en claro que la creación de mensajes dentro de la Educomunicación es totalmente una responsabilidad social.

Ambas ciencias que forman a la educomunicación, la educación y la comunicación, han mantenido desarrollos, cada una a una velocidad diferente, la educación con el beneficio de ser un derecho vital ha podido crecer enormemente, mientras que la comunicación ha sido más criticada que alabada, teniendo un auge en los últimos tiempos gracias a recientes estudios. Ambos encuentran familiaridad y son parte una de la otra complementándose, no solo por la metodología que usan sino también a las posibilidades de intervención social que proponen. Ni la educación, ni la comunicación pueden, o deben, desligarse, pues ambas son facultades inherentes al ser mediante las cuales se adquiere y se manifiesta el conocimiento.

Hay que tomar en cuenta que la educomunicación no se refiere a educar solo con los nuevos medios, sino usar cada uno de los medios presentados para educomunicar, este proceso permite que todo lo que existe alrededor colabore al aprendizaje y entendimiento de ideas y conocimientos, no solo para aceptarlos y apropiarse de ellos, sino para que los receptores puedan cuestionar, interpretar y definir cualquier mensaje emitido según su manera de pensar, generando nuevos conocimientos, respondiendo a la necesidad de una educación activa y grupal que permita una adaptación social.

La educomunicación colabora con la sociedad al permitir una definición e interpretación intercultural más clara de lo que nos rodea, permitiendo conocernos y conocer a otros, entendiendo el nacimiento y desarrollo de diferentes ámbitos en nuestra sociedad.

La educomunicación une a dos ciencias que son básicas en el desarrollo humano, la educación y la comunicación, imposible de ser separadas pues constituyen la

producción, generación y desarrollo de conocimiento, sin duda podemos afirmar que “el diálogo es la forma más genuina de educación (...), por el diálogo el hombre se crea y se recrea en una comunicación efectiva con el otro”. (Naranjo, 2000, p. 390).

Habiendo abordado ampliamente la educación, dentro de la educomunicación no dejamos de lado la comunicación, rama anteriormente definida y que consta con ciertos elementos para poder establecerse y tomarse como tal: contexto, canal, mensaje, receptor, emisor, código.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los **Medios de Comunicación Convencionales** son todos aquellos medio que han surgido y son operados por empresas grandes de comunicación, cuyo interés principalmente, es favorecer a ciertos sectores de poder, a pesar de ser más comunes y alcanzables por la comunidad y sociedad, defienden una ideología, posición y su propia producción. Estos medios tienen a excluir la voz de los ciudadanos, lo que hace que por la dureza de alcanzar a un lugar dentro de estos, la gente genere sus propios medios a través del uso de espacio público u otras herramientas. La presencia de los medios de comunicación en la comunidad es esencial pues además de informar, educar y entretener, podemos decir que colaboran dentro de la comunidad para disminuir el egocentrismo y egoísmo, haciendo, que de cierto modo, se genere una conciencia común, tal como lo establece el Informe MacBride (1980):

“... las mayores posibilidades de comunicación pueden ayudar a suavizar ese efecto haciendo que cada individuo esté más alerta de los problemas y las aspiraciones de otros y que cada nación esté más consiente de los peligros que asechan al conjunto de la comunidad mundial” (p.12).

Entre los medios de comunicación más populares y convencionales encontramos:

Periódico: Es el primer medio de comunicación masivo que nació para la humanidad, al principio usado para protesta y para establecer oposición en contra de gobiernos y leyes, se distribuía a los ciudadanos, comprendía en el uso de pocas palabras, pero más imágenes o dibujos para que así la población que no sabía leer comprenda el mensaje. Actualmente este medio tiene gran impacto, pues una de sus ventajas es que al ser un medio impreso es posible que perdure lo que se ha publicado por varios días, dando la oportunidad de que la gente vuelva a leer noticias o información. Una de las debilidades del periódico es el idioma, se tornan locales, en muchos casos pueden ser leídos por países de la misma habla, pero los limita con países que no manejan el mismo lenguaje. Aunque siempre el periódico se convierte en la primera opción para publicidad y difusión, este no es selectivo con su público objetivo, pues no puede controlar quienes son los ciudadanos que reciben el mensaje o como lo reciben, dejando un porcentaje de dudas a la efectividad de la difusión, y por lo tanto a no saber si se alcanzará los objetivos deseados.

Revistas: También se constituye como un medio impreso, pero tiene la cualidad de ser “masivo- selectivo”, se dirige a público específico de manera masiva, convirtiéndolos en clientes potenciales de los diferentes anuncios que proporciona. Abarca diferentes temas al noticioso, puede variar entre temas de interés de acuerdo a sus objetivos, ya sea salud, belleza, deporte, historia, etc. La publicación de una revista se hace con intervalos mayores a un día, respondiendo a la demanda de su público y con la posibilidad de abarcar temas de manera más amplia y más variada, sin la necesidad de contar con temas inmediatos. El estilo de comunicación que se usa dentro de una revista depende de la manera como fueron establecidos sus objetivos, el público al que quiere llegar y la posición que desea ocupar en el imaginario colectivo. Las revistas se clasifican en:

- Especializadas
- Informativas
- De entretenimiento.
- Científicas.
- Ilustradas

Radio: también comprende uno de los primeros medios de comunicación en desarrollar, es un medio de difusión masivo, que permite llegar a un radioescucha de forma un tanto más personal, entre todos es el medio de mayor alcance, ya que llega a todas las clases sociales y es más accesible. Solo maneja sonido, por lo cual el locutor, debe poseer la capacidad de atraer con su voz, así como la de poder ser lo más descriptivo posible, pues la radio juega totalmente con la capacidad de imaginar de nuestro público y al realizar esta actividad los escuchas se sienten parte del programa o del mensaje transmitido; además la radio permite una apertura mucho más grande a través de varios medios, haciendo que sea posible el contactar al locutor para poder exponer ideas u opiniones. Aunque el público no recibe de manera frecuente los mensajes, pues muchas de las veces el escuchar la radio se lo realiza de manera fija en un lugar, los consumidores sienten un apego a la radio, como una forma de compañía incluso sin la presencia humana. La radio es un medio selectivo y flexible, tanto en horarios y días, como en el público que desea que escuche los programas establecidos, pues la manera en como difunde los temas escogidos, hará que solo ciudadanos que se identifiquen con esos temas sean parte del programa, La radio puede ser producida con un monto mucho menor que el de otros medios, usa más recursos auditivos perfectos para llamar la atención y persuadir a las personas de consumir un cierto producto.

Televisión: Es un mecanismo de difusión que se respalda a través de un sistema de transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia, que son atractivos para los sentidos.

Los programas que se presentan en la televisión, mantienen un respectivo análisis sobre las metas, sueños, anhelos y necesidades de los televidentes, lo que permite que los programas presentados, tengan consumidores fijos cualquiera sea su número, pues hacen sentir al usuario como si fuera quien decide que ver, pero realmente los productores de programas para tv, les dicen que es lo que deben ver. Uno de los principales problemas de la televisión es que al generar el sentimiento de plena confianza a sus televidentes, estos la consideran infalible, por lo que reciben y aceptan toda la información entregada dentro de la programación, sin cuestionarla o confirmarla. Además con la rapidez con la que se desarrollan los programas de televisión no se da lugar a la realización de la debida reflexión y análisis de lo que se presenta, por lo que los receptores son incapaces de responder o de opinar dentro de los programas y a cerca de las temáticas. La televisión puede generar también una cierta distorsión de la realidad, al cubrirla con programas de entretenimiento que hagan olvidar a las personas sus problemas o preocupaciones, o con programas de opinión que hagan adoptar posturas a conveniencia a los televidentes.

Actualmente la televisión se une al internet, para dar lugar a la denominada televisión inteligente, que al unirse a la red permite la visualización más rápida de contenidos no disponibles en los canales comunes.

Cine: Etimológicamente, la palabra «cinematografía» fue un neologismo creado a finales del siglo XIX compuesto a partir de dos palabras griegas.

Por un lado κινή (kiné), que significa «movimiento» (ver, entre otras, «cinético», «cinética», «kinesis», «cineteca»); y por otro de γραφός (grafós). Con ello se intentaba definir el concepto de «imagen en movimiento». El cine es la técnica y arte de proyectar fotogramas de forma rápida y sucesiva para crear la impresión de movimiento, por la diversidad de productos cinematográficos y las temáticas que estos abordan, es difícil

definir más profundamente lo que es el cine. Es considerado mucho más como un arte, parte del mundo clásico, denominado séptimo arte. Dentro del desarrollo del cine se cuenta con la ayuda de guiones, narrativa, actores, director y diferentes equipos de tecnología que ensamblarán y generarán las escenas de la película. La industria del cine ha tenido un magnífico desarrollo en los Estados Unidos y la India, siendo los principales distribuidores de productos audio visuales para todo el mundo, con ganancias millonarias, por lo cual el cine se posiciona como un trabajo y medio de élite y clase, cuya apertura para posicionar un producto o mensaje suele tener un costo elevado, y obviamente un público estrictamente educado y de una posición socioeconómica superior.

Medios de Comunicación Alternativos Son aquellos medios que pueden ser muy innovadores.

“Los medios alternativos pueden situarse también en los ejes de debates orientados específicamente a la comunicación y aparecer en otros contextos, como los del desarrollo y la educación” (Peter Lewis, 1995, p.8). Dentro de este grupo se encuentran los siguientes tipos de medios de comunicación:

- Internet
- Publicidad Exterior (buses, ascensores, etc.)
- Faxes.
- Carritos de compras con vídeo en las tiendas comerciales.
- Protectores de pantallas de computadoras.
- Discos compactos.
- Kioscos interactivos en tiendas departamentales.

Además, casi cualquier elemento puede convertirse en un vehículo para exhibir publicidad o mensajes. Todos estos avances hasta la televisión, redes sociales y más, se implantan en el imaginario colectivo como una parte importante de la vida, los mensajes que cada uno de estos medios presenta, se plantean a través de estrategias de comunicación, ya sean mensajes positivos para algunos y negativos para otros, logran conseguir una respuesta, y todo por la influencia y la confiabilidad que inconscientemente un medio de comunicación y la comunicación en si logra en el ser humano.

La palabra **Pedagogía**, deriva del griego paidos que significa niño y agein que significa guiar, conducir: “El que conduce niños”.

A través de las épocas, sus necesidades y estudios se han establecido diferentes definiciones de la pedagogía, hasta lo que el día de hoy conocemos como la ciencia multidisciplinar, que se establezca como el arte de enseñar, que tiene como principio el apropiarse de conocimientos y de establecer dentro de la educación regularidades, normas, leyes y lineamientos que se encarguen de regular los procesos educativos para guiar los conocimientos en torno a la realidad, y con la finalidad del perfeccionamiento del ser humano.

La pedagogía tiene carácter multidisciplinario, es por eso que se fusiona con diferentes ciencias como la Psicología, Historia, Sociología, Filosofía, Economía, Antropología y Medicina, los beneficios que la pedagogía brinda a cada una de estas áreas, permite que se enriquezcan y crezcan dentro de su actividad con el ser humano, su aprendizaje, conocimiento, entendimiento y decisiones a tomar, planteando y explicando los fenómenos sociales de una manera más amplia y adecuada. En la historia los únicos que podían acceder a la educación y conocimiento eran reyes, príncipes o hijos de los nobles, dejando al resto de la población en la ignorancia e iletrados, siendo capacitados únicamente para trabajos de labranza o de esfuerzo físico.

La pedagogía es teórica y práctica, se apoya en la capacidad empírica de los estudiantes y en la necesidad racional del humano de comprender y analizar lo que se le presenta, la pedagogía caracteriza problemas y necesidades culturales para que puedan ser solucionados por una vía educativa, con el fin de transformar una realidad y producir cambios individuales, colectivos y sociales.

La metodología se conoce como la serie de técnicas científicas que se aplican durante un proceso de investigación con el fin de convertirse en el soporte conceptual y alcanzar un resultado válido. Esta técnica la podemos encontrar en diferentes áreas de estudio, como en la educación o el derecho, en los que se aplican una serie de pasos específicos.

Educación Informal

Una vez que conocemos las ventajas de un entorno normado como lo es el educativo, y su trayectoria a través de los años en nuestra sociedad, también quedan dudas de por qué en muchos casos estos modelos educativos no han sido tan exitosos, nos enfrentamos a sentir ese vacío que dejan las escuelas o universidades, buscando así otros medios en donde logramos encontrar más allá de lo que nos plantean en la educación formal, y uno de los más importantes es el Internet, ya que allí encontramos información suficiente como para contrastar los aportes otorgados por la escuela tradicional.

Se ha tratado de integrar los contextos tecnologizados a las aulas pero siempre dejándolo en segundo plano la importancia de sus contenidos, un ejemplo claro se puede encontrar en varias aplicaciones educativas que utilizan internet, pero, que no tienen, según ellos, ningún efecto educativo total, si no son mediados por sus maestros o dentro de las aulas.

Pero referente a internet en contraste con la educación formal y lo importante de esta plataforma (González, 2009) afirma: “reside, justamente, en su capacidad de descentrar la institucionalidad del proceso y posibilitar diversas formas tanto de enseñanza como de aprendizaje, muchísimas de las cuales son medularmente informales, extraescolares”.

Utilizando esta realidad puedo decir que la escuela tradicional está constantemente tratando de mejorar sus resultados, integrando así, normas, concursos, categorías que lo único que logran es hacerla más compleja y menos eficiente, tanto los profesores como los alumnos son sometidos a distintos estándares o pruebas que para mi parecer no contribuyen con el correcto aprendizaje, un estudiante prefiere al final motivado por su propio entusiasmo y curiosidad indagar por su cuenta, de una manera no estandarizada ni planificada pero efectiva, (Calvo & Antonio, 2010) menciona que los procesos son: “caóticos, emergentes y auto organizados, poseen una complejidad y nivel de abstracción muy altos, que superan sin problemas los de la escuela”.

Para poner en practica esta singularidad, es necesario el uso del internet y para ello podemos acceder al uso de las TIC'S (Tecnologías de la información y la comunicación), para entrar en contexto las TIC'S según (Niño & Pérez, 2005) son: “nuevos soportes y canales para dar forma, registrar, almacenar y difundir contenidos informacionales, fundados en su mayoría en el empleo del computador” (p. 228).

Siendo su característica principal la interactividad, y que necesariamente necesitan un estudiante decidido a lograr el autoaprendizaje, que vaya trazando su propio camino y sus propios métodos para lograr aprender, para esto podemos encontrar sistemas de distribución de cursos online, experiencias de educación a distancia y aprendizaje abierto, y comunidades de aprendizaje informal.

METODOLOGÍA

- **La Metodología de Investigación** es una disciplina que con el fin de producir y desarrollar conocimientos usa procedimientos, técnicas y métodos, siempre orientadas a la manera en que deseamos enfocar la investigación y como deseamos obtener analizar e interpretar los datos necesarios.

- **La Metodología Cuantitativa** es aquella que se vale de datos cuantificables o medibles, este tipo de metodología se la usa dentro de las áreas de ciencias naturales o fácticas. Se apoya en la estadística para así obtener una muestra de un universo estudiando y comprender sus respuestas.

- **La Metodología Cualitativa** como es de esperarse este tipo de metodología se enfoca en todos los aspectos que no pueden ser cuantificados, es decir es un procedimiento interpretativo y subjetivo, se basa en el razonamiento deductivo pues ninguno de sus resultados son trasladables a las matemáticas. Se usa ampliamente en los campos de las ciencias humanas y sociales.

- **La Metodología del Aprendizaje** es una disciplina que comprende una serie de estrategias, técnicas y métodos que, implementadas constantemente, contribuyen a mejorar la adquisición de nuevos conocimientos y habilidades. Factores como la organización del tiempo, la preparación del lugar de estudio, la memoria, la concentración, la claridad de pensamiento, la comprensión, la toma de notas, el interés, el repaso, buenos hábitos de lectura, y la preparación para un examen, mejoran las capacidades de aprendizaje y rendimiento escolar. Es el arte de aprender a aprender.

VARIABLE DEPENDIENTE

LA WEB 2.0

Se empieza a hablar de web 2.0 en el año 1.999 por Darcy Dinucci, pero el precursor de esta fue Tim O'Reilly en el año 2.004, cuando organizó la conferencia (O'Reilly Media Web 2.0) y se hizo referencia a este concepto, siendo al año siguiente cuando se definió y desarrolló el nombre.

La web es un medio que está en constante evolución, se ha pasado de la web 1.0, donde el usuario es el receptor de los contenidos, se limita a leer, a una web 2.0 dinámica, participativa y colaborativa donde los usuarios se convierten en participantes activos creando y compartiendo contenidos, opinando, participando, relacionándose, esta característica ofrece grandes posibilidades en el mundo educativo.

De todo esto también existe otra concepción que afirma (Carmona, El uso de herramientas 2.0 en la educación, 2011):

“Otro concepto que ha aparecido con la web 2.0 es el “folksonomía” o etiquetado social, donde además de crear contenidos de forma fácil y sencilla, los usuarios pueden también etiquetarlo en distintos temas mediante la utilización de etiquetas o tacs. Este etiquetado semántico, a menudo colaborativo permite el acceso a la información a través de las etiquetas o palabras clave, lo que nos permite acceder a la información de forma rápida, no perdiendo el tiempo buscando esta en otras páginas.”

IMPLICACIONES EN EL ÁMBITO EDUCATIVO.

Los puntos clave de la web 2.0 en el ámbito educativo son el componente social, la colaboración entre alumnos, bien de forma individual o en grupo que fomenta ésta, la comunicación y el intercambio de información. Puesto que los procesos de enseñanza aprendizaje se basan precisamente en la transmisión de conocimientos, o sea, en la comunicación, ésta herramienta se convierte en un instrumento potente y útil para fomentar la participación de los alumnos, que colaborando en la creación de contenidos, participando y utilizando las aplicaciones disponibles y se consigue la construcción del conocimiento. Actualmente la información no es exclusiva de los centros de enseñanza, sino que está en la red, circula libremente y al alcance de todos, por eso, los profesores tienen que diseñar herramientas para captar la atención de los alumnos y que recopilen y procesen la información hasta conseguir la construcción del conocimiento anteriormente citado. La base de todo este nuevo sistema de enseñanza-aprendizaje, es el trabajo colaborativo, que según la profesora Martín-Moreno:

“Desde la perspectiva de la organización escolar, se denomina aprendizaje colaborativo al intercambio y desarrollo del conocimiento en el seno de pequeños grupos de iguales encaminados a la consecución de objetivos académicos.” (García, 2005)

Dados los conocimientos en nuevas tecnologías de los alumnos actuales, se necesitan herramientas para desarrollar las competencias acordes a la sociedad de la información en la que vivimos. Para el progreso de esta nueva forma de enseñanza-aprendizaje, los profesores implicados en todo el proceso, deben estar actualizados y formados en internet y las tecnologías que llevan aparejadas para convertir la información en material apropiado para gestionarlo dentro de las aulas, convirtiéndolos en elementos que le ayuden en su trabajo. Actualmente, las herramientas desarrolladas en torno a la web 2.0, algunas de las cuales se verán más adelante, representan una nueva forma de organizar los contenidos, convirtiéndose esta red social en un eficaz instrumento en la educación actual, ya que nos permite acceder de forma gratuita a una multitud de material didáctico para usar con los alumnos. Todo esto, representa un nuevo futuro para los profesores, que deberán adaptarse rápidamente a un trabajo colaborativo, para no quedarse desfasados ya que los alumnos tienen acceso a la red de forma vertiginosa y hay que adaptarse a ellos.

Redes Sociales: Las redes sociales propician la interacción de miles de personas en tiempo real, con base en un sistema global de relaciones entre individuos basados en la estructura social SIMMEL Gerge, (2009). Si se tiene en cuenta que toda actividad humana genera consecuencias, se puede afirmar que: “Las redes sociales no son otra cosa que máquinas sociales diseñadas para fabricar situaciones, relaciones y conflictos con multitud de efectos”.

Para Michell (1969) las redes sociales se definen como: “Un conjunto bien delimitado de actores –individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc.- vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales.

En este mismo contexto para Freeman (1992: 12): “Es una colección mis o menos precisa de conceptos y procedimientos analíticos y metodológicos que facilita la recogida de datos y el estudio sistemático de pautas de relaciones sociales entre la gente”.

Tipos:

•**Analógicas o Redes sociales Off-Line:** Son aquellas en las que las relaciones sociales, con independencia de su origen, se desarrollan sin mediación de aparatos o sistemas electrónicos.

•**Digitales o Redes sociales On-Line:** Son aquellas que tienen su origen y se desarrollan a través de medios electrónicos.

Pueden ser:

Facebook.- Es un sitio web formado por muchas redes sociales relacionadas con una escuela, universidad, trabajo, región, etc. La gente utiliza Facebook para mantenerse al día con sus amigos o compañeros compartiendo fotos, enlaces, vídeos, etc. Cualquier persona puede hacerse miembro de Facebook, lo único que se necesita es una dirección

de correo electrónico. En cuanto a privacidad se tiene el control sobre como compartir la información y sobre quién puede verla. La gente sólo puede ver los perfiles de amigos confirmados.

Hi5.- Es un popular sitio web que funciona como **red social**. Consiste en un sitio interactivo en el que las personas pueden estar conectadas de manera sencilla y entretenida. Más de **70 millones de personas** lo usan en el mundo y es especialmente usado en **Latinoamérica**. Su crecimiento ha sido tan grande que ya está entre los **20 sitios web más visitados en el mundo**.

Sónico.- Es la red social de Latinoamérica que organiza la vida online de las personas. Le permite a individuos, organizaciones y marcas poder relacionarse de una manera fácil, útil y entretenida, teniendo control sobre sus opciones de privacidad. Esta plataforma de comunicación social fue fundada en julio de 2007 en Buenos Aires, Argentina y está disponible en español, portugués e inglés para todo el mundo. (Burgueño, 2009)

Clasificación:

- **Por su público objetivo y temático:**

Redes Sociales Horizontales: Son aquellas dirigidas a todo tipo de usuario y sin una temática definida. Se basan en una estructura de celdillas permitiendo la entrada y participación libre y genérica sin un fin definido, distinto del de generar masa. Los ejemplos más representativos del sector son Facebook, Orkut, Identi.ca, Twitter.

Redes Sociales Verticales: Están concebidas sobre la base de un eje temático agregado.

Su objetivo es el de congregar en torno a una temática definida a un colectivo concreto. En función de su especialización, pueden clasificarse a su vez en:

Redes Sociales Verticales Profesionales: Están dirigidas a generar relaciones profesionales entre los usuarios. Los ejemplos más representativos son Viadeo, Xing y Linked In.

Redes Sociales Verticales De Ocio: Su objetivo es congregar a colectivos que desarrollan actividades de ocio, deporte, usuarios de videojuegos, fans, etc. Los ejemplos más representativos son Wipley, Minube, Dogster, Last.FMyMoterus.

Redes Sociales Verticales Mixtas: Ofrecen a usuarios y empresas un entorno específico para desarrollar actividades tanto profesionales como personales en torno a sus perfiles: Yuglo, Unience, PideCita.

•Por el sujeto principal de la relación:

Redes Sociales Humanas: Son aquellas que centran su atención en fomentar las relaciones entre personas uniando individuos según su perfil social y en función de sus gustos, aficiones, lugares de trabajo, viajes y actividades. Ejemplos de este tipo de redes son Koornk, Dopplr, Youare y Tuenti

Redes Sociales de Contenidos: Las relaciones se desarrolla uniando perfiles a través de contenido publicado, los objetos que posee el usuario o los archivos que se encuentran en su ordenador. Los ejemplos más significativos son Scribd, Flickr, Bebo, Friendster, Dipity, Stumble Upon y FileRide.

Redes Sociales de Inertes Objetos: Conforman un sector novedoso entre las redes sociales. Su objeto es unir marcas, automóviles y lugares. Entre estas redes sociales destacan las de difuntos, siendo éstos los sujetos principales de la red.

•Por su localización geográfica:

-Redes Sociales Sedentarias: Este tipo de red social muta en función de las relaciones entre personas, los contenidos compartidos o los eventos creados. Ejemplos de este tipo de redes son:Rejaw, Blogger, Kwippy, Plaxo, Bitacoras.com, Plurk

Redes Sociales Nómadas: A las características propias de las redes sociales sedentarias se le suma un nuevo factor de mutación o desarrollo basado en la localización geográfica del sujeto. Este tipo de redes se componen y recomponen a tenor de los sujetos que se hallen geográficamente cerca del lugar en el que se encuentra el usuario, los lugares que haya visitado o aquellos a los que tenga previsto acudir.

Soy de los que consideran que una de las primeras redes sociales digitales en consolidarse fueron los MMORPG. Por lo tanto, creo que también se podría añadir la plataforma como factor diferenciador de redes sociales.

Así, añadiría:

•Por su plataforma:

Red Social MMORPG y Meta versos: Normalmente contruidos sobre una base técnica Cliente-Servidor (WOW, SecondLife, Lineage),

Red Social Web: Su plataforma de desarrollo está basada en una estructura típica de web. Algunos ejemplos representativos son: MySpace, Friendfeed y Hi5

SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

Variable Independiente: Educomunicación.

Variable Dependiente: Redes Sociales

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Enfoque de la Investigación

El tema tomado en consideración en la presente investigación, tiene un enfoque cuantitativo y cualitativo.

El enfoque cualitativo permite analizar la problemática a través de la intervención de las opiniones y expectativas de los involucrados vinculadas con técnicas de investigación como la entrevista que ayudará a esclarecer la problemática.

El enfoque cuantitativo aporta a la búsqueda sistemática de datos investigativos a través de la encuesta desarrollada, buscando con esto antecedentes que cuantifiquen el problema existente.

MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

De Campo

El estudio se realizó de una forma sistemática de gestas o fenómenos en donde ocurren los sucesos o incidentes a ser investigados de una forma directa con la realidad.

Es un estudio sistemático de hechos o fenómenos en el lugar donde ocurren los acontecimientos o eventos a ser investigados de forma directa con la realidad.

La presente investigación se aplicó en la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato para investigar de forma directa como se está aplicando la educomunicación en la utilización de las redes sociales, específicamente la plataforma YouTube en los estudiantes de la carrera de Comunicación Social y obtener una información concisa, la misma que servirá para establecer los objetivos planteados en el proyecto con la finalidad de realizar un proyecto de producción de material audiovisual con carácter educomunicacional realizados por estudiantes con la colaboración de docentes.

Bibliográfica Documental

En referencia a la modalidad de investigación documental, según De la Mora M, (2006)

La investigación documental es aquella que depende exclusivamente de fuentes de datos secundarios, o sea, aquella información que existe en documentos y material de índole permanente y a la que se puede acudir como fuente de referencia en cualquier momento y lugar sin alterar su naturaleza o sentido para poder comprobar su autenticidad. Estos datos publicados se encuentran en las bibliotecas públicas o en Internet. Pág. 159

Mediante el uso de las fuentes secundarias de información aplicadas a esta investigación se accede a libros, revistas, artículos, documentos de orden oficial de las bibliotecas y sus repositorios virtuales, encontrando gran parte de la información en la biblioteca de la facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, del mismo modo se utiliza bibliotecas digitales como www.scielo.org , también se dio lectura a varios artículos de la revista digital www.revistacomunicar.com/ , y varias entrevistas a docentes y estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Ambato.

Tipo de la Investigación

Descriptiva

Este tipo de investigación, permite describir de forma clara las características más sobresalientes del problema de estudio, siendo en este caso la respuesta a la pregunta, si ¿Es aplicable la educomunicación en redes sociales?

Esta investigación se encarga de describir y medir con la mayor exactitud posible los atributos del fenómeno que está afectando el ejercicio de la educomunicación en redes sociales, para lo cual también utiliza técnicas de investigación, tales como: la observación directa, la encuesta y la entrevista; que permiten la recolección de información primaria. Esto requiere construir las preguntas directrices y a partir de éstas formular los objetivos específicos.

Posteriormente tenemos que recopilar y analizar información relevante que sustente y direcciona nuestra investigación para lograr nuestros objetivos, mediante bibliografía documental, videos, charlas, artículos podemos construir una base teórica para dar un sentido más claro a la investigación, dicha base nos ayudara a contestar las interrogantes sobre nuestro problema planteado, así como también la guía para cumplir con los objetivos planteados, también se realiza una investigación de campo, encuestando al público seleccionado para el proyecto investigativo, quienes son los responsables de llevarnos a la conclusión de nuestro tema de investigación.

Investigación Correlacional:

La investigación correlacional se utiliza porque ayuda a determinar el grado de relación entre la variable independiente y la variable dependiente, además permite examinar la

asociación entre las variables como la educomunicación y redes sociales, esta investigación permite obtener un conocimiento de tercer nivel.

Conociendo las variables se toma como punto de partida investigar distintas fuentes que nos aporten con datos e información que nos ayude a enfocarnos en cada una de las variables, dando prioridad a la variable independiente, una vez que se tenga un banco de información con contenido significativo, el análisis de dichos contenidos nos permitirá establecer relaciones entre las dos variables, las relaciones bien identificadas y contrastadas podrán llevarnos a conseguir los objetivos del proyecto investigativo.

Asociación de Variables

Población y Muestra

Para la presente investigación tenemos una delimitación: La población de estudio para esta investigación la constituyen una muestra de 172 encuestas realizadas dentro de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato. Esta muestra consiste en seleccionar una parte de las unidades de un conjunto o subconjunto de la población, de manera que sea lo más representativo del colectivo en las características sometidas a estudio, como se detalla posteriormente.

Población:**CUADRO N° 1** Unidades de observación

Unidades de Observación	Número
Estudiantes de la carrera de Comunicación Social	318
Estudiantes matriculados en la carrera de Comunicación Social	312
Posibles matriculados	6
TOTAL	312

Fuente: Geovanny Mora

Elaboración: Geovanny Mora

Muestra:

En la presente investigación debido a que se conoce el tamaño de la población, para obtener la muestra se utilizó la aplicación online de recolección de datos para investigación, de la página web <https://www.netquest.com>, dicho portal ofrece una calculadora donde podemos ingresar el tamaño total de personas que componen la población, así como también un margen de error, una heterogeneidad y también el nivel de confianza, dándonos la muestra estadística que necesitamos investigar, resultando un proceso similar a la siguiente formula

Simbología:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

p= Probabilidad de éxito (si se desconoce p=0.5)

q= Probabilidad no ocurrencia (q=1-p)

z= Nivel de confianza (95%)

E= Error admisible

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

Operacionalización de variables

Variable Independiente: Educomunicación

CUADRO N° 2 Educomunicación

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
La educomunicación es la disciplina caracterizada por una síntesis organizada de elementos educativos y comunicacionales para desarrollar creativamente los procesos de aprendizaje, y acceder libre y productivamente a la multiforme lectura de la realidad social, de los códigos discursivos y de los mensajes icónicos difundidos por los medios masivos de comunicación social. (Parra, 2000) Pg. 145.	<p>Educomunicación</p> <p>Educación</p> <p>Medios de comunicación</p>	<p>Educomunicación</p> <p>Comunicación</p> <p>Educación</p> <p>Aprendizaje</p> <p>Medios de Comunicación</p> <p>Realidad Social</p>	<p>¿Sabe qué es educomunicación?</p> <p>¿Cree que se pueden desarrollar procesos de educación a través de los medios de comunicación?</p> <p>¿A través de qué medios se podrían realizar procesos de educación?</p> <p>Radio</p> <p>Tv</p> <p>Internet</p> <p>Otros. ¿Cuáles?.....</p> <p>.....</p> <p>¿Considera que se puede reforzar el proceso enseñanza – aprendizaje formal (escuela, colegio, universidad) mediante las redes sociales?</p> <p>¿Cree que mediante las redes sociales se pueden realizar procesos educativos?</p> <p>¿Según su percepción, qué nivel de influencia tienen las redes sociales en quienes las utilizan?</p> <p>Alto</p> <p>Medio</p> <p>Bajo</p>	<p>Encuesta</p> <p>Entrevista</p>

Fuente: Geovanny Mora

Elaboración: Geovanny Mora

Variable Dependiente: Redes Sociales

CUADRO N° 3 Redes Sociales

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Herramientas telemáticas de comunicación que tiene como base la web, se organizan alrededor de perfiles personales o profesionales de los usuarios y tiene como objetivo conectar secuencialmente a los propietarios de dichos perfiles a través de categorías, grupos, etiquetados personales, etc., ligados a su propia persona o perfil personal. (Castañeda,2010).</p>	<p>Herramientas</p> <p>Web</p> <p>Usuarios</p>	<p>Comunicación</p> <p>Interacción</p> <p>YouTube</p> <p>Redes Sociales</p> <p>Perfil personal</p>	<p>¿Las redes sociales pueden ser utilizadas para estructurar grupos de estudio con tus compañeros de aprendizaje?</p> <p>¿Utiliza las redes sociales para realizar trabajos extracurriculares?</p> <p>¿Cuáles son las redes sociales que más utiliza para realizar sus tareas académicas y extracurriculares?</p> <p>-Facebook</p> <p>-YouTube</p> <p>-Twiter</p> <p>¿Cree usted que si los contenidos a los que accede en la universidad serían más aprovechados si tuvieran un respaldo audiovisual en YouTube?</p> <p>¿Le gustaría generar contenidos para complementar su proceso de enseñanza – aprendizaje, a través de YouTube?</p>	<p>Encuesta</p> <p>Entrevista</p>

Fuente: Geovanny Mora

Elaboración: Geovanny Mora

Técnicas e Instrumentos

Para la recolección de la información del presente trabajo se empleó la técnica de la encuesta, la misma que a través de un cuestionario con un banco de preguntas pre establecido busca recopilar información, sin sesgar la investigación; también como aportes adicionales tenemos a la entrevista que aportara con datos sean comparables, y finalmente la ficha de observación para resaltar los puntos que el investigador pudo recabar en el plano visual, escénico y significativo que aporte a la investigación.

Plan de recolección de información

CUADRO N° 4 Plan de recolección de información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIONES
1.- ¿Para qué?	Identificar el conocimiento sobre la importancia de la educomunicación y las redes sociales.
2.- ¿De qué personas u objetos?	Estudiantes de la carrera de Comunicación Social
3.- ¿Sobre qué aspectos?	Educomunicación y redes sociales
4.- ¿Quién?	Investigador
5.- ¿Cuándo?	Período Marzo – Septiembre 2017
6.- ¿Dónde?	Carrera de Comunicación Social
7.- ¿Cuántas veces?	173 encuestas
8.- ¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta Entrevista
9.- ¿Con qué?	Cuestionario estructurado
10.- ¿En qué situación?	Investigación de campo

Fuente: Geovanny Mora

Elaboración: Geovanny Mora

Plan de procesamiento de información

Se procederá de la siguiente manera:

Revisión y Codificación de la Información

Se realizará la revisión del cuestionario que se aplicará en la encuesta para proceder a la codificación en cada una de las preguntas y sus respectivas alternativas de respuesta de modo que esto sirva de ayuda en el momento de realizar la tabulación de datos.

Categorización y Tabulación de la Información

Mediante la categorización de las respuestas el momento de la tabulación se realizará utilizando el programa Excel, así se determinará la frecuencia de las mismas y se obtendrá los resultados de esta investigación de campo.

Análisis de Datos

Una vez que se haya realizado la encuesta, recolectado y tabulado la información se realizará un análisis de los resultados, se aplicará estadística descriptiva, el estadígrafo a utilizar será en porcentajes y la presentación de los datos de lo hará en forma gráfica.

Selección de estadígrafos

Se elegirá una estadística inferencial para resumir los datos utilizando como estadígrafos el porcentaje.

Presentación de Datos

Con la tabulación de datos se está en capacidad de presentarlos para lo cual se realizará una manera gráfica de barras verticales respectivamente.

Interpretación de los Resultados

Este proceso servirá para estudiar y relacionar los resultados obtenidos con el marco teórico de manera que sea de ayuda para analizar las preguntas directrices propuestas y resolver el problema.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

Análisis de los resultados

Para la ejecución de la investigación, se utilizó la encuesta como instrumento de recolección de información aplicada a los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Ambato, periodo Marzo – Septiembre del 2017, este proceso servirá para medir el nivel de conocimiento que tienen sobre educomunicación y redes sociales en los procesos de enseñanza - aprendizaje.

Con la información obtenida se procedió al análisis, que determinara el procedimiento para analizar los mecanismos para generar contenido educomunicacional a través de las redes sociales, que nos permita reforzar el proceso enseñanza – aprendizaje en la facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato.

Interpretación de datos

Mediante la ejecución de la encuesta se presentan cuadros y gráficos estadísticos con su respectivo análisis e interpretación, esto demuestra de manera cuantitativa la interpretación de la información obtenida.

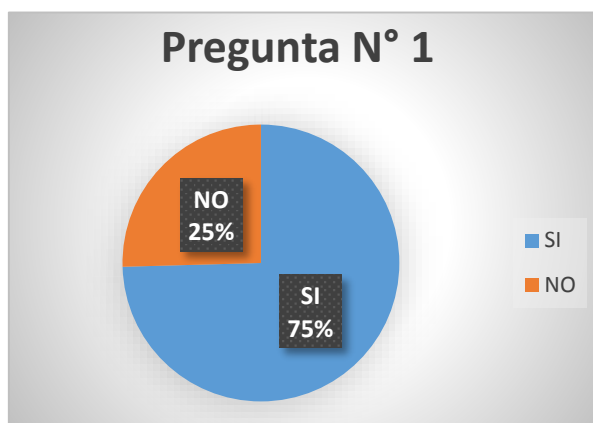
Encuesta dirigida a estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato periodo Marzo – Septiembre 2017.

Pregunta 1.- ¿Sabe qué es educomunicación?

Cuadro N.- 1: Pregunta 1

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	129	75%
NO	44	25%

Gráfico No.- 1: Pregunta 1



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Geovanny Mauricio Mora

Análisis

El 25% de la población encuestada que representa a 44 estudiantes de los 173 encuestados desconoce de qué trata la educomunicación; mientras que el 75%, es decir 129 individuos conoce de qué se trata la educomunicación.

Interpretación

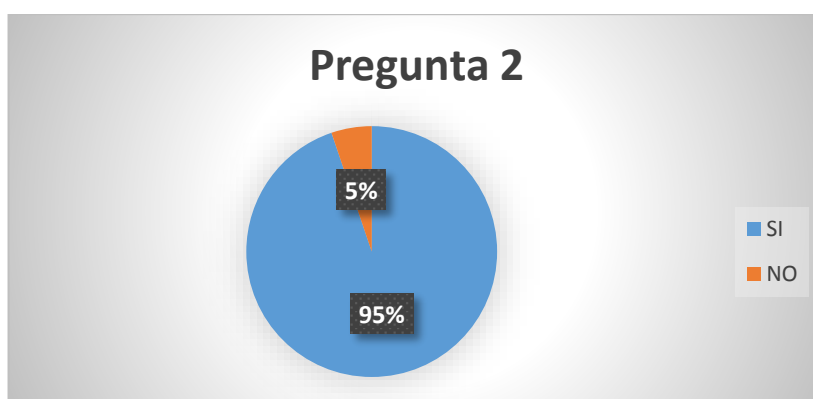
De la población encuestada la mayoría si tiene conocimiento de lo que es Educomunicación, o de lo que trata, mientras que una minoría no tienen acercamientos sobre la educomunicación.

Pregunta 2.- ¿Cree que se pueden desarrollar procesos de educación a través de los medios de comunicación?

Cuadro N.- 2: Pregunta 2

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	164	95%
NO	9	5%

Gráfico No.- 2: Pregunta 2



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Geovanny Mauricio Mora

Análisis

El 5% de la población encuestada que representa a 9 personas de los 173 encuestados no creen que se pueden desarrollar procesos educativos a través de los medios de comunicación; mientras que el 95%, es decir 164 individuos si creen que es posible.

Interpretación

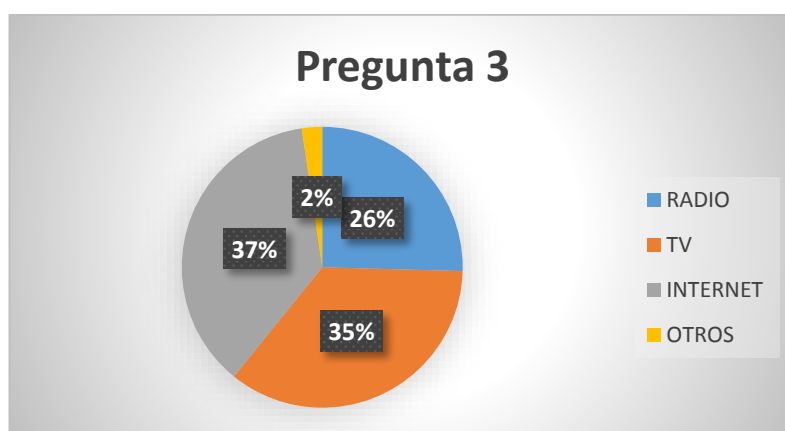
Un 95% de la población encuestada está de acuerdo que los medios de comunicación son espacios adecuados para poder desarrollar procesos de carácter educativo, mientras en que un 5% considera que los medios de comunicación no son aptos para esta actividad.

Pregunta 3.- ¿A través de qué medios se podrían realizar procesos de educación?

Cuadro N.- 3: Pregunta 3

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
RADIO	87	26%
TV	121	35%
INTERNET	126	37%
OTROS	8	2%

Gráfico No.- 3: Pregunta 3



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Geovanny Mauricio Mora

Análisis

De los 137 encuestados, el 37% de la población considera que el internet es un medio de comunicación en el que se podría desarrollar educación; mientras que el 35% creen que se lo puede hacer por televisión, también un 26% considera a la radio como un medio de comunicación apto para educar y el 2% consideran otros medios para este cometido.

Interpretación

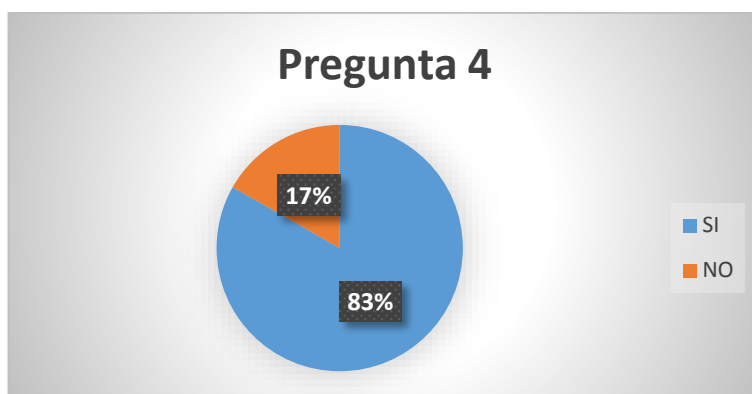
Los encuestados consideran que el internet es un medio de comunicación adecuado para realizar procesos educativos, incluso tiene mayor importancia para ellos por encima de la televisión, seguido por la radio y otros medios de comunicación tradicionales.

Pregunta 4.- ¿Considera que se puede reforzar el proceso enseñanza – aprendizaje formal (escuela, colegio, universidad), mediante las redes sociales?

Cuadro N.- 4: Pregunta 4

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	144	83%
NO	29	17%

Gráfico No.- 4: Pregunta 4



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Geovanny Mauricio Mora

Análisis

El 83% de los encuestados, que representa a 144 personas, considera que la educomunicación si puede reforzar el proceso de enseñanza – aprendizaje formal, mediante las redes sociales; mientras que el 17%, es decir 29 individuos consideran que no podría reforzar el proceso.

Interpretación

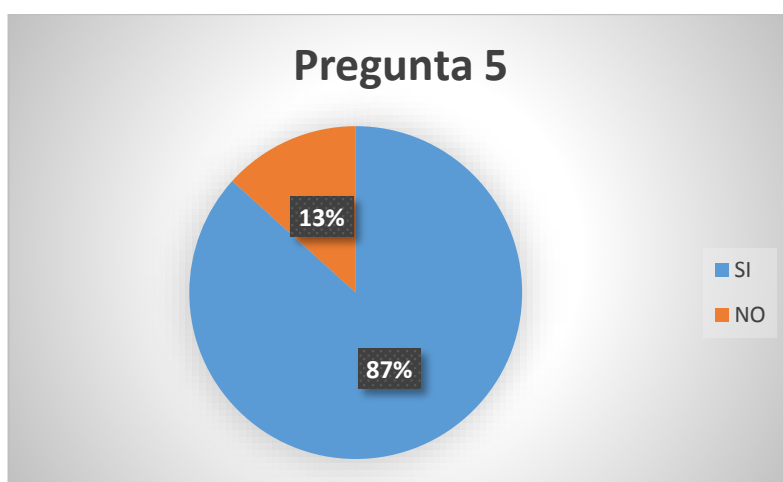
La educomunicación es considerada para la mayoría de los encuestados, un 83%, como adecuada para reforzar los procesos de enseñanza – aprendizaje en la educación formal, mientras que el 17% cree lo contrario.

Pregunta 5.- ¿Cree que mediante las redes sociales se pueden realizar procesos educativos?

Cuadro N.- 1: Pregunta 1

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	150	87%
NO	23	13%

Gráfico No.- 1: Pregunta 1



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Geovanny Mauricio Mora

Análisis

De la población consultada, un 87%, que representa a 150 personas de los 173 encuestados considera que si se puede realizar procesos educativos en las redes sociales; mientras que el 13%, es decir 23 individuos no está de acuerdo.

Interpretación

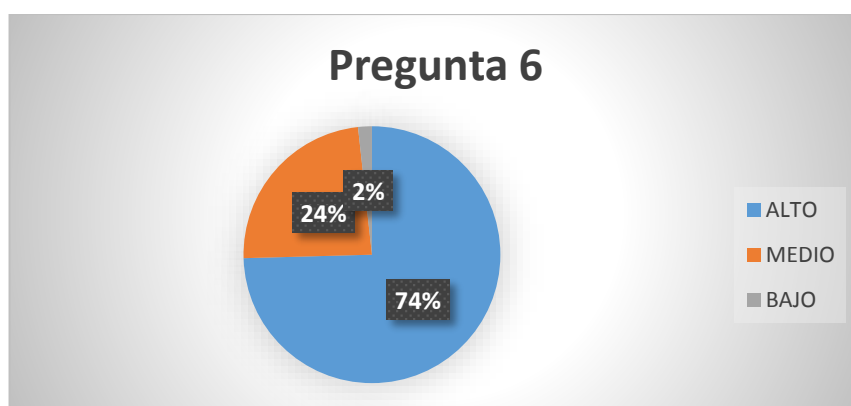
De los estudiantes encuestados 150 de ellos consideran a las redes sociales como adecuados para realizar en ellas procesos educativos, mientras que solamente 23 consideran que no son adecuadas.

Pregunta 6.- ¿Según su percepción, qué nivel de influencia tienen las redes sociales en quienes las utilizan?

Cuadro N.- 6: Pregunta 6

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
ALTO	129	74%
MEDIO	41	24%
BAJO	3	2%

Gráfico No.- 6: Pregunta 6



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Geovanny Mauricio Mora

Análisis

De la población encuestada, 129 personas de los 173 encuestados, que representa un 74% considera que las redes sociales tienen un alto nivel de influencia en quienes las usan; mientras que el 24%, es decir 41 individuos manifiesta que el nivel de influencia es medio y el 2%, equivalente a 3 individuos considera que el nivel de influencia es bajo.

Interpretación

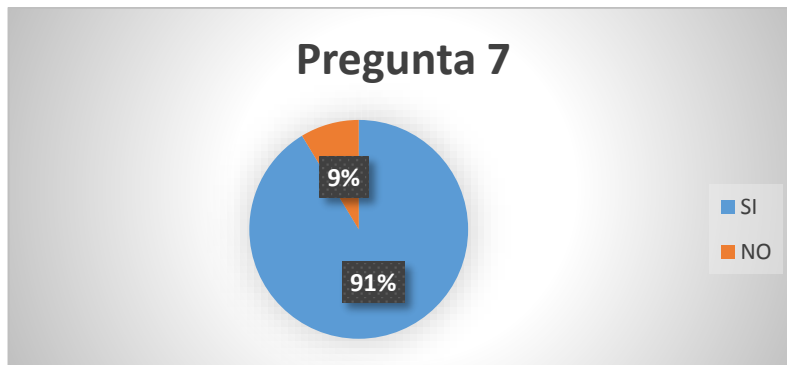
Cuando se consultó sobre cuál es el nivel de influencia de las redes sociales entre sus usuarios un 74% considera que es alto, mientras que otro porcentaje menor considera que las redes sociales tienen un nivel de influencia medio y solamente un 2%, considera que su nivel de influencia es bajo.

Pregunta 7.- ¿Las redes sociales pueden ser utilizadas para estructurar grupos de estudio con sus compañeros de aprendizaje?

Cuadro N.- 7: Pregunta 7

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	158	91%
NO	15	9%

Gráfico No.- 7: Pregunta 7



Análisis

El 91% de la población encuestada que representa a 158 personas de los 173 encuestados considera que si se pueden estructurar grupos de estudio con compañeros de aprendizaje; mientras que el 9%, es decir 15 individuos no está de acuerdo.

Interpretación

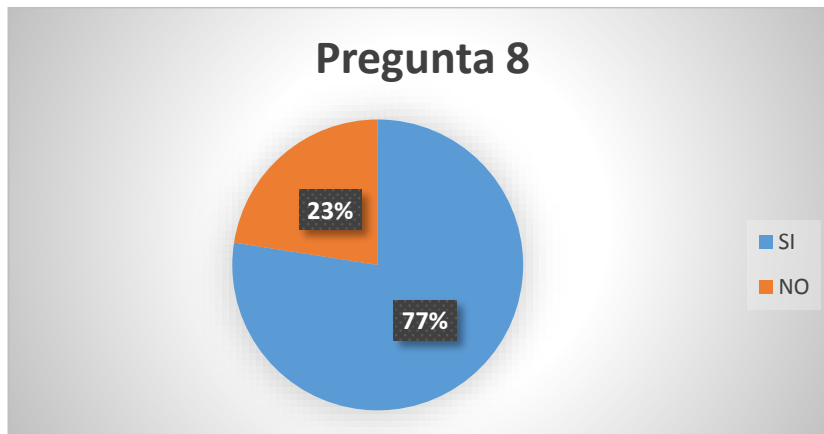
158 estudiantes respaldan el criterio que en las redes sociales es posible conformar grupos dedicados al estudio con sus compañeros, por otra parte solamente 15 de ellos piensan que no se puede conformar estos grupos.

Pregunta 8.- ¿Utiliza las redes sociales para realizar trabajos extracurriculares?

Cuadro N.- 8: Pregunta 8

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	134	77%
NO	39	23%

Gráfico No.- 8: Pregunta 8



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Geovanny Mauricio Mora

Análisis

El 77% de la población encuestada que representa a 134 personas de los 173 encuestados si utiliza las redes sociales para realizar trabajos extracurriculares; mientras que el 23%, es decir 39 individuos manifiesta que no las usa para esta actividad.

Interpretación

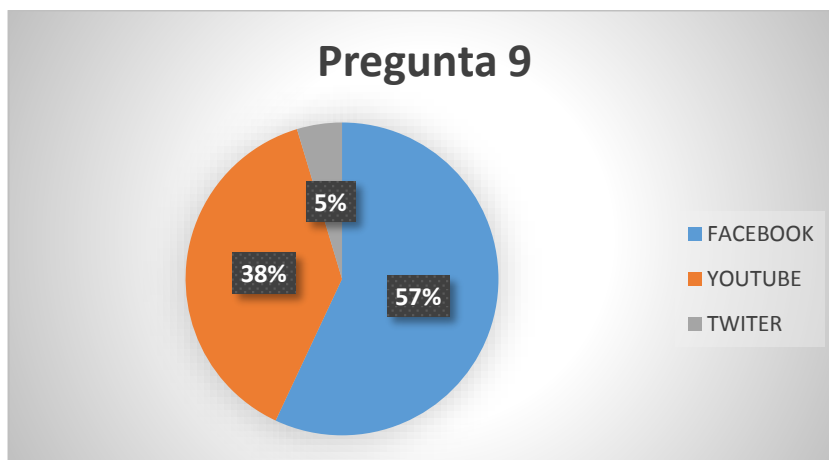
Las redes sociales son totalmente aptas para realizar tareas extracurriculares, esto lo consideran el 77% de los encuestados, al contrario un porcentaje de 23% piensan que las redes sociales no son adecuadas para realizar estas tareas.

Pregunta 9.- ¿Cuáles son las redes sociales que más utiliza para realizar sus tareas académicas y extracurriculares?

Cuadro N.- 9: Pregunta 9

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
FACEBOOK	147	57%
YOUTUBE	99	38%
TWITER	12	5%

Gráfico No.- 9: Pregunta 9



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Geovanny Mauricio Mora

Análisis

El 57% de la población encuestada considera que la red social más utilizada para realizar tareas académicas y extra curriculares es Facebook, mientras que el 38% ha seleccionado a YouTube como su favorita, y tan solo un 5%, expreso utilizar Twitter para esta actividad.

Interpretación

Cuando se consultó sobre cuál es la red social más utilizada por los estudiantes para realizar tareas académicas y extra curriculares, ellos manifestaron que la más conocida o utilizada es Facebook, seguida por YouTube y finalmente esta Twitter.

Pregunta 10.- ¿Cree usted que si los contenidos a los que accede a la universidad serían más aprovechados si tuvieran un respaldo audiovisual en YouTube?

Cuadro N.- 10: Pregunta 10

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	163	94%
NO	10	6%

Gráfico No.- 10: Pregunta 10



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Geovanny Mauricio Mora

Análisis

El 94% de la población encuestada que representa a 163 personas de los 173 encuestados consideran que los contenidos recibidos en la universidad tuvieran un respaldo en YouTube si serian mejor aprovechados; mientras que el 6%, es decir 10 individuos no lo consideran.

Interpretación

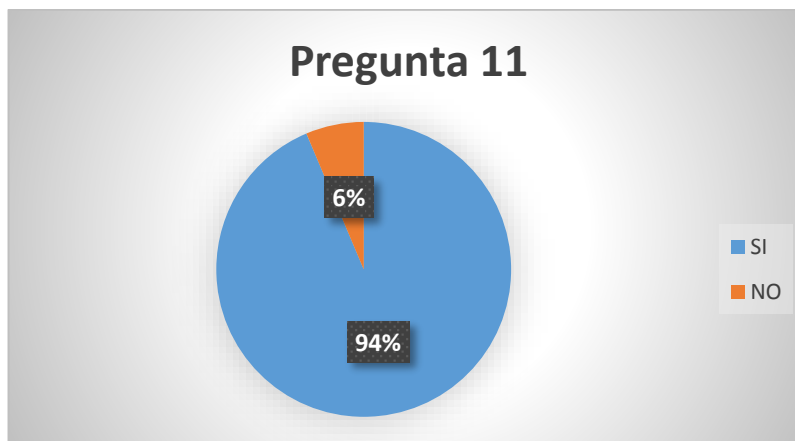
La mayoría de estudiantes consultados están de acuerdo en que los contenidos propuestos en las clases de la facultad, serian mejor entendidos y socializados si los mismos tuvieran un respaldo audiovisual en YouTube.

Pregunta 11.- ¿Le gustaría generar contenidos para complementar su proceso de enseñanza – aprendizaje, a través de YouTube?

Cuadro N.- 11: Pregunta 11

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	162	94%
NO	11	11%

Gráfico No.- 11: Pregunta 11



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Geovanny Mauricio Mora

Análisis

El 94% de la población encuestada que representa a 162 personas de los 173 encuestados si está de acuerdo en generar contenidos a través de YouTube para complementar su proceso de enseñanza - aprendizaje; mientras que el 6%, es decir 11 individuos no les gustaría realizar esta actividad.

Interpretación

El mayor porcentaje de estudiantes encuestados tienen predisposición para ser ellos quienes generen los contenidos en YouTube para ser protagonistas de un apoyo para los procesos educativos de la facultad.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez analizado e interpretado los resultados obtenidos por la encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Comunicación Social, de la Universidad Técnica de Ambato, se determinan las siguientes conclusiones y recomendaciones.

Conclusiones:

1. Los medios de comunicación tradicionales, así como también los digitales son totalmente adecuados para realizar procesos de educomunicación siendo el Internet uno de los principales considerados como idóneos para esta práctica.
2. Gran parte de la comunidad universitaria ya conoce de que trata la educomunicación y mantiene una postura favorable a su aplicación y las ventajas que esta otorga a los procesos de enseñanza – aprendizaje.
3. Las redes sociales están consideradas por los estudiantes de comunicación social, como herramientas adecuadas para realizar procesos educativos, encuentran en ellas espacios aprovechables para vincularlos con su educación formal.
4. Los estudiantes de comunicación social utilizan las redes sociales para realizar tareas académicas extracurriculares, como complemento durante su formación académica.
5. YouTube es una red social que está entre las más utilizadas por los estudiantes de comunicación social, para realizar tareas académicas extracurriculares gracias a su diversidad en contenido audiovisual y educativo.
6. Los estudiantes de la carrera de comunicación social están de acuerdo en generar contenido educomunicacional para YouTube con el propósito de

7. complementar el proceso de enseñanza – aprendizaje para toda la comunidad universitaria.

Recomendaciones:

1. Utilizar con mayor frecuencia la educomunicación en la educación formal, para generar una cultura de enseñanza – aprendizaje distinto, que será beneficiosa para poder utilizar a los medios de comunicación en beneficio de los procesos educativos.
2. Socializar métodos prácticos para utilizar las redes sociales como herramientas adecuadas para crear espacios de trabajo académico, extracurricular, con contenido educativo y con fácil acceso para estudiantes y público interesado en temas específicos.
3. Facilitar espacios On-line, para aplicar educomunicación y que los estudiantes puedan integrar el uso de las redes sociales en beneficio de su educación formal.
4. Generar un canal en YouTube en donde los estudiantes puedan producir contenido educomunicacional desde su perspectiva, sobre los temas tratados en las aulas, promoviendo la cultura de práctica educomunicacional y complementando el proceso enseñanza – aprendizaje formal.

CAPITULO VI

PROPUESTA

Datos Informativos

Título: Creación del canal “UTA, Qué maestro”, para YouTube, destinado para la elaboración de material audiovisual educativo, que refuerce la educación formal en la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Ambato.

Unidad Ejecutora:

Carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Ambato

Beneficiarios:

Estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato

Ubicación: Provincia de Tungurahua, Cantón Ambato.

Tiempo estimado para la realización: El desarrollo de la propuesta tendrá un tiempo de 2 meses.

Equipo Técnico Responsable: Investigador, Geovanny Mauricio Mora Hernández.

Costo: 2000

Antecedentes de la Propuesta

Según la investigación realizada, los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Ambato, tienen conocimiento sobre los beneficios que aportaría la educomunicación como aporte para la educación formal que reciben dentro de las aulas, aclarando que Internet y las redes sociales, son tomados en cuenta como un medio de comunicación que tiene el mismo nivel de importancia como la televisión, y radio, si se usaría este medio de comunicación digital, se pueden crear espacios destinados a educar, aptos para su implementación como un soporte para el proceso de enseñanza – aprendizaje.

Entre las redes sociales más utilizadas por los estudiantes están, Facebook y Youtube, el segundo es preferido por un alto porcentaje de ellos, ya que en esta red social, se puede acceder a contenido audiovisual atractivo en distintos formatos, que permiten que se pueda intercambiar e incluso generar educación de manera fácil y sencilla.

Por consecuencia, los estudiantes tienen completa disposición para ser quienes generen contenido relacionado a su instrucción educativa formal, demostrando interés por ser protagonistas de este proceso, utilizando las redes sociales como herramientas que ayuden a los estudiantes a la fácil comprensión y tratamiento de las distintas temáticas.

La propuesta de crear el canal en YouTube, “UTA Qué maestros”, ayudará a estudiantes de la carrera, a docentes e incluso a público en general que tenga acceso a internet a interactuar a los contenidos educativos tratados en la formación académica de la Universidad Técnica de Ambato.

Justificación

A través de la investigación se determinó que los estudiantes encuentran a las redes sociales como espacios virtuales con gran influencia en su entorno, así como también como espacios útiles para generar educación, del mismo modo son utilizadas para realizar trabajos extracurriculares que brindan facilidades al momento de establecer entornos de participación educativa.

La facultad de comunicación social de la Universidad Técnica de Ambato, facilita el acceso gratuito a Internet por lo tanto la mayoría de los estudiantes tienen alta participación en redes sociales, también se ha implementado aulas virtuales en donde se puede trabajar extracurricularmente con el grupo de estudio, no obstante es necesario incursionar en plataformas que tienen mayor popularidad en la comunidad estudiantil como YouTube.

Aplicar educomunicación en las redes sociales permitirá que los estudiantes, puedan mejorar sus espacios de participación con su grupo de estudio en las aulas y fuera de ellas, permitirá que sean quienes generen los contenidos desde su punto de vista y aportaran sus criterios y modos de pensar a la educación formal recibida en las aulas, se tomara en cuenta la opinión de los estudiantes sobre los procesos educativos y será un referente para tomar decisiones en las maneras de impartir los contenidos en las aulas.

Objetivos de la propuesta:

Objetivo general:

- Crear el canal de YouTube “UTA Qué Maestros”, con contenidos educativos.

Objetivos específicos:

- Crear productos comunicacionales dinámicos para aportar a la educación formal de la carrera de comunicación social.
- Impulsar la participación de los estudiantes en redes sociales y los contenidos educativos
- Proporcionar un espacio digital para estudiantes que pongan en práctica conocimientos de la carrera de comunicación social.

Análisis de factibilidad

La ejecución de la propuesta es factible ejecutarla dentro de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Ambato, puesto que esta direccionada a mejorar el proceso de enseñanza – aprendizaje de la educación formal impartida en la institución, así como también la relación de participación que tienen los estudiantes en sus redes sociales, tanto con compañeros y maestros.

Dicha factibilidad se llevara a cabo en el margen de crear espacios digitales creados por estudiantes junto a la colaboración de docentes, en donde se pueda crear vínculos de interacción y de participación con temas educativos tratados dentro de la facultad.

Es fundamental crear y aplicar estrategias de comunicación enfocadas en la educación para que las audiencias puedan generar una cultura educativa que será beneficiosa para la comunidad universitaria, y del mismo modo al público en general que tenga acceso a las redes sociales.

El apoyo de la Universidad Técnica de Ambato es constante ante el fenómeno tecnológico y su vinculación al beneficio de la educación en sus usuarios, el uso de las herramientas tecnológicas en beneficio de una sociedad que garantice valores y que comparta conocimiento y saberes para el progreso de la misma.

Socio – Cultural

Es importante que la comunidad universitaria, no solamente quienes son parte de la carrera de comunicación social, tengan espacios adecuados para poner en práctica sus conocimientos y socialicen temas educativos tratados dentro de las aulas con un público externo, desde un punto de vista diferente, ayudando a generar contenido educativo a través de las redes sociales e internet, teniendo responsabilidades como la de educar a personas que no puedan acceder a la educación formal, y generando un impacto beneficioso para la sociedad.

Ambiental.

La propuesta es sostenible debido a que al utilizar los recursos tecnológicos no se están utilizando materiales degradables y que generen contaminación en el ambiente, además promover una cultura de educación a través de medios de comunicación servirá de gran ayuda para transmitir mensajes ecológicos, sostenibles y con sentido de preservación del medio ambiente.

Tecnológica

El proyecto es tecnológicamente factible al contar con conocimientos y habilidades en el uso de herramientas tecnológicas, que serán útiles para la aplicación de la educomunicación en los diferentes productos comunicacionales que se crearán para

su respectiva difusión a través de YouTube y de las diferentes redes sociales que son utilizadas por la comunidad universitaria, el uso de herramientas web debe ser un factor común en todos los estudiantes ya que el mundo está cada vez más digitalizado y los medios de comunicación tradicionales están migrando al mundo web.

Económica

El proyecto es factible económicamente debido a que Internet y las redes sociales, son en su mayoría de acceso gratuito, gracias a esta ventaja tenemos la posibilidad de crear una cuenta sin ningún costo para poder subir información generada por los mismos estudiantes, quienes también disponen de dispositivos de fácil acceso, que son totalmente útiles para generar contenido educativo.

Legal

La Universidad Técnica de Ambato, se encuentra legalmente establecida y cumpliendo con los estándares de calidad universitaria que exigen los organismos que rigen las instituciones de educación superior, consiguiendo con esto estar en regla en todo aspecto legal. La propuesta es además factible porque no va en contra de ninguna ley que rige a la universidad.

Fundamentación

La relación que existe entre la tecnología digital 2.0 y la educación cada día es más estrecha, los estudiantes universitarios consideran a internet como un medio de comunicación en el que su participación es más visible, y que también es de mucha utilidad al momento de fortalecer su proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las redes sociales con mayor influencia en el mundo real de sus usuarios en nuestro territorio son Facebook y YouTube, resultando el segundo con cierta ventaja por la facilidad de encontrar contenidos ilustrados con video y sonido que facilitan la comprensión para el público en general, según (Castañeda L. , 2016) “existen más de 150 centros universitarios que ofrecen cerca de 20.000 videos en varios campos como Derecho, Historia, Ingeniería y Ciencias, entre otros”(p.77). Resultando esta red social como un espacio adecuado para poder generar contenidos educativos creados por usuarios como estudiantes, maestros o distintos actores sociales que estén interesados en generar aportes para una sociedad en constante avance tecnológico y cultural.

Se tiene referencias que YouTube no solamente es utilizado para la transmisión de contenidos relacionados al entretenimiento como la música, cine o el arte, sino también los videos que contienen contenido educativo sobre algún tema específico también son muy populares y de constante tráfico, como menciona (Castañeda L. , 2016) “Una entrevista a un profesor de la Universidad de Minnesota, sobre los principios científicos utilizados en la película Watchmen, ha recibido un millón y medio de visitas”(p.78).

Las ventajas de esta plataforma son diversas, su facilidad de acceso nos brinda la oportunidad de subir videos producidos con un teléfono celular, grabado en cualquier locación, como es el caso del canal “Julio Profe”, este canal es administrado por un docente llamado Julio Alberto Rios, que trabajo durante muchos años en las aulas impartiendo matemáticas, cuando un día decidió grabar una clase para sus alumnos, lo que sucedió después transformo su vida de enseñanza, hasta la fecha ha logrado tener 340 mil subscriptores con 450 videos grabados, haciéndolo de una manera muy simple como si se tratase de un video amateur, (Desarrollo, 2014) “Las clases de Julio Ríos no son innovadoras, lo es el medio que utiliza: dos canales de YouTube, un blog, las redes sociales, la interacción con miles de alumnos de diversos países. Pero sus clases son bastante simples y tradicionales.”(p.8).

De esta manera cualquier persona que tenga pasión para generar videos con contenidos educativos está en la capacidad de subir videos que ayuden a las demás personas a comprender temas específicos, ya sean estudiantes o maestros, las limitaciones son mínimas y las oportunidades diversas.

John Farrell director de YouTube en Latinoamérica menciona que esta plataforma a en los primeros 6 meses del 2017 ha registrado más de 400 millones de búsquedas solamente para temas educativos, por lo que se tuvo la necesidad de lanzar el apartado de “YouTube Edu”, en donde se organizan los videos netamente educativos para que los usuarios puedan acceder de manera más rápida y ordenada, también menciona sobre la democratización de internet, en donde todos los usuarios son los que seleccionan y eligen los contenidos que podemos encontrar en la plataforma, El proyecto YouTube EDU en español es el resultado de la colaboración entre Fundación Mayahii y Google para crear un espacio educativo abierto y gratuito que beneficie a profesores, estudiantes y a cualquier persona que quiera aprender algo en español, haciendo públicos cada vez más contenidos educativos de calidad.

El proceso de selección de los videos es realizado de modo permanente por profesores especializados y altamente capacitados, seleccionados y coordinados por la Fundación Mayahii., esta fundación se dedica a impulsar la difusión del conocimiento abierto, el entrenamiento gratuito y el desarrollo de las habilidades en las personas para fomentar la igualdad de oportunidades y el desarrollo del capital humano del mundo.

De esta manera tenemos una oportunidad abierta para poder ser parte de una comunidad que se preocupa por promover una sociedad con conocimientos y que comparte e interactúa información y contenidos para nuestra región y el mundo, utilizando los contenidos de la educación formal y direccionándolo a un público en general con la colaboración de estudiantes, docentes y autoridades de la universidad técnica de Ambato.

Teniendo en cuenta todas estas cualidades tecnológicas que van de la mano para lograr una educación mejor que la tradicional, hay que diferenciar su relación con la

comunicación lo que estaría completando la fórmula para llegar a educar, tenemos en claro que para lograr comunicar necesitamos de elementos como un emisor y un receptor, que sería una forma muy básica para esta compleja actividad, tenemos que hablar de algo como menciona (Kaplún, 1998) “dos o más seres o comunidades humanas que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos (aunque sea a distancia a través de medios artificiales)” (p.55). Interpretando a Internet y las redes sociales como un medio artificial, podemos crear espacios en donde una comunidad se comunique, que comparta, que interactúe con los demás integrantes que comparten un tema en común en este caso educativo.

La participación en estos espacios tiene mayor grado de importancia ya que como anteriormente se mencionó es una cualidad principal de las redes sociales, que forman parte de internet, que a la vez está considerado como un medio de comunicación, en este punto hay que marcar la diferencia que los contenidos no serán producidos por parte de un emisor que tiene la razón de todo, que es el que selecciona y dispone que transmitirá a sus oyentes, sino más bien se partirá desde la audiencia desde el público como sus destinatarios y sus productores, siguiendo el cometido como comunicadores como lo sugiere, (Kaplún, 1998) “es el de recoger las experiencias de los destinatarios, seleccionarlas, ordenarlas y organizarlas y, así estructuradas, devolvérselas, de tal modo que ellos puedan hacerlas conscientes, analizarlas y reflexionarlas”(p.69). De esta manera se garantiza que un proceso educativo a través de un medio de comunicación será eficaz y productivo para cualquier público que pueda acceder al mismo.

Modelo operativo

CUADRO N° 5 Modelo operativo

Inicio o etapa	Objetivo	Actividad	Recurso	Responsable	Tiempo
Planificación	Recolección de información para la realización de un video educativo	Aplicar técnicas e instrumentos de investigación	Recursos: humano y económico. Copias	Investigador	2 semanas
	Organizar la información obtenida para que el video educativo tenga el resultado esperado	Analizar e interpretar la información obtenida	Recursos: humano y económico.	Investigador	1 semana
Socialización	Especificar las actividades a desarrollar	Diseñar un cronograma de actividades	Recursos: Útiles de oficina	Investigador	1 semanas
	Presentación de los productos educativos realizados	Reproducción del video educativo terminado	Recursos: humano Computador	Investigador	1 semana
Ejecución	Crear el canal “UTA, Qué maestro”	Diseñar arte visual del canal en YouTube	Recursos: Humano Computador Internet	Investigador	1 semana
	Subir el video al canal de YouTube “UTA, que maestro”	Cargar y administrar el video en YouTube	Recursos: Humano Computador Internet	Investigador	1 semana
Evaluación	Evaluar si el video educativo fue de utilidad para los estudiantes de la carrera de comunicación social de la UTA	Analizar estadísticas y comentarios en el canal	Recursos: humano Computador Internet	Investigador	1 semana

Fuente: Geovanny Mauricio Mora

Elaboración: Geovanny Mauricio Mora

Administración

CUADRO N° 6 Administración

N°	Planificación	Organización	Coordinación	Dirección	Control
1	Elaborar la propuesta	Investigador y Tutor	Investigador y Tutor	Investigador y Tutor	Investigador y Tutor
2	Presentación de la propuesta	Investigador	Tutor	Tutor	Tutor
3	Análisis de la propuesta	Tutor	Tutor	Tutor	Tutor
4	Aprobación de la propuesta	Tutor	Tutor	Tutor	Tutor
5	Ejecución de la propuesta	Investigador, estudiantes	Investigador, Tutor, Estudiantes	Investigador, Tutor, Estudiantes	Investigador, Tutor, Estudiantes

Fuente: Geovanny Mauricio Mora

Elaboración: Geovanny Mauricio Mora

Spot audiovisual.

Guion literario

Tema: La noticia

Duración: 3 segundos

Realizado por: Geovanny Mauricio Mora

Secuencia 1: Apertura

Dialogo entre dos estudiantes, ellos un poco preocupados no saben cómo se redacta una noticia, tienen una idea un tanto confusa acerca de cómo redactar una, necesitan investigar más, cruzan varios criterios, pero no llegan a una conclusión.

Secuencia 2: Presentación

Saludo de presentación “UTA, Que maestros”, Tenemos dudas, ustedes también, porque nunca es suficiente aprender, nosotros vamos a descubrir junto con ustedes el que y el porqué de todas nuestras dudas, UTA Qué maestros....

Secuencia 3: Contenido

Recopilación de información documental de conceptos sobre que es una noticia y como redactar una, 3 fuentes bibliográficas.

Secuencia 4: Entrevistas

Se realizara entrevistas cortas a la comunidad universitaria relacionadas al tema.

Secuencia 5: Relación

Se realiza un contraste rápido sobre las fuentes y las entrevistas, para lograr llegar a una síntesis rápida breve y concisa de lo que se quiere realizar en el capítulo.

Secuencia 6: Conclusiones

Se redacta una noticia con lo investigado, una noticia práctica, debe ser ilustrada con imágenes y secuencias de video que ayuden a la comprensión de cualquier público.

Secuencia 7: Despedida

Los presentadores se despiden invitando al público en general que envíe las sugerencias y preguntas al canal dando apertura a otras dudas en los comentarios, así como también suscribirse, dar me gusta y compartir los videos próximos del canal.

Presupuesto

Cuadro CUADRO N° 7 Presupuesto

Estrategia de comunicación	Responsable	Tiempo	Costo
Diseño del canal	Investigador	2 semanas	100
Grabación del video	Universidad Técnica de Ambato	1 Semana	300
Producción del video	Investigador	1 semana	200
Postproducción del video	Investigador	1 Semana	100
Publicación del video	Investigador	1 Día	700
Total			500

Fuente: Geovanny Mora Hernández

Elaboración: Geovanny Mora Hernández

Evaluación

Para realizar el proceso de evaluación de esta propuesta utilizaremos las herramientas que nos facilita YouTube, con su apartado Analytics, aquí podremos encontrar distintas métricas con datos estadísticos referentes a nuestro canal, los datos en los que basaremos el proceso de evaluación serán los siguientes:

¿Quiénes miran el contenido?

Para acceder a esta información revisaremos el informe de datos demográficos, de esta manera podremos identificar las edades de las personas que nos están viendo, así como también su ubicación y porcentajes importantes al momento de crear contenido adecuado para cada uno de los espectadores, si se conoce a quien está dirigido nuestro contenido podremos llegar de una mejor manera a transmitir nuestros mensajes.

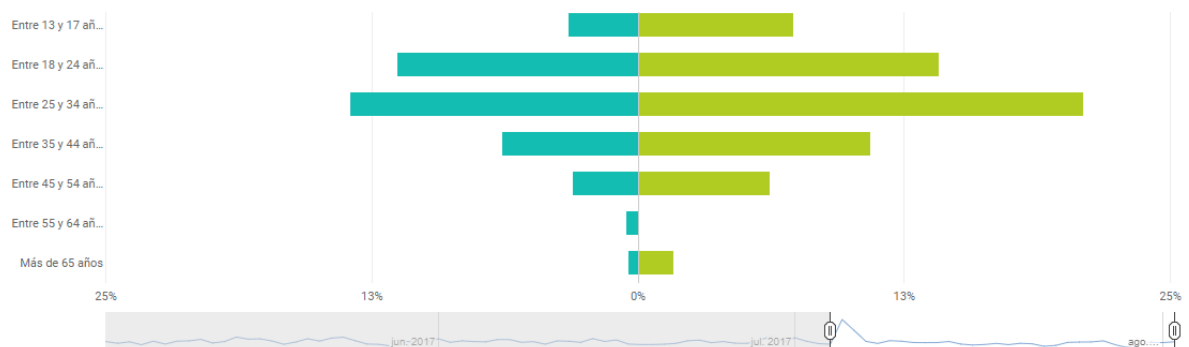


GRÁFICO N° 5 Datos demográficos

Fuente: Youtube

Elaborado: Geovanny Mora

¿Qué miran los espectadores?

Gracias al informe de tiempo de reproducción de YouTube, podemos acceder a datos que nos orientaran sobre que videos miran los espectadores y cuánto tiempo pasan mirándolos, gracias a esto podremos tomar decisiones referentes a qué tipo de contenido es más aceptado por nuestros espectadores, o que tipo de videos tienen menor aceptación, podríamos definir en qué información es la que se continuará trabajando y cual no.

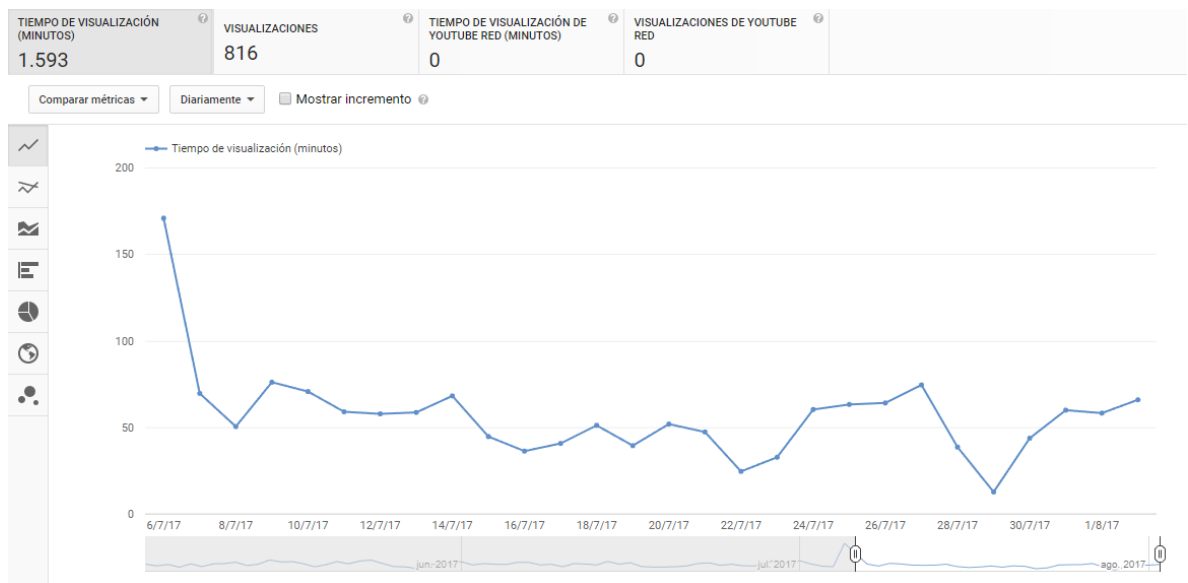


GRÁFICO N° 6 Tiempo de reproducción

Fuente: Youtube

Elaborado: Geovanny Mora

¿Los espectadores disfrutan los videos?

Finalmente analizaremos el informe de retención del público, gracias a esta información vamos a darnos cuenta si nuestros espectadores están visualizando nuestros videos, si los están mirando completos o los están abandonando en un tiempo breve, esto podría resultar por distintas causas, como pueden ser, una temática aburrida, un lenguaje inadecuado, un estilo distinto.

Podríamos identificar los segmentos que son vistos en su totalidad, así como los que son saltados por los espectadores, para poder realizar correcciones en la producción de los siguientes videos que vamos a subir al canal.

Por ejemplo, si se conoce qué partes vuelven a mirar los espectadores, puedes hacer videos nuevos con contenido similar. Estos datos pueden ofrecerte una perspectiva útil sobre la manera en la que presentas tus videos para tomar decisiones que permitan prolongar los tiempos de retención de tus espectadores.

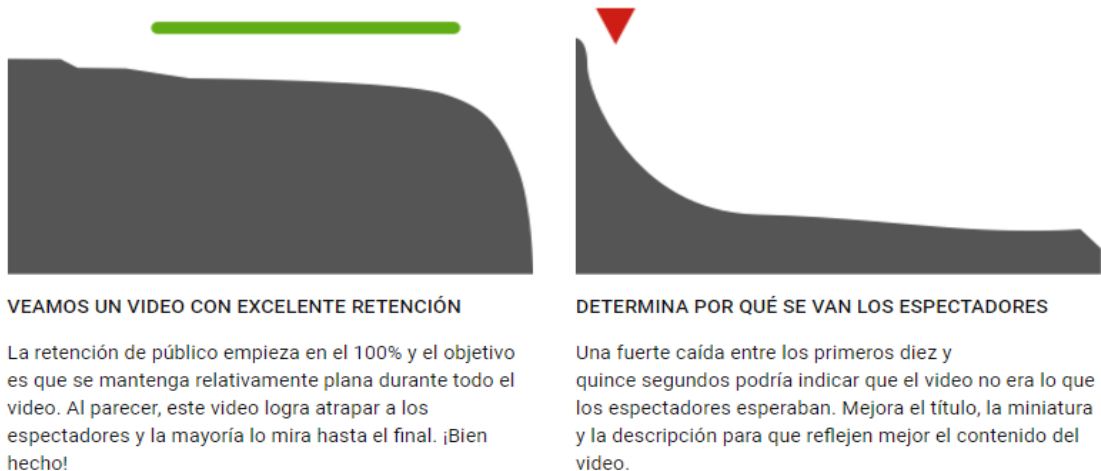


GRÁFICO N° 7 Retención de espectadores

Fuente: Youtube

Elaborado: Geovanny Mora

De esta manera podremos evaluar el impacto de nuestros videos y su contenido en el canal, además se mantendrá un tiempo de respuesta mínimo para los comentarios que se presenten en cada publicación, del mismo modo el número de reproducciones que definirá si estamos llegando a transmitir nuestro contenido educativo.

Cronograma

CUADRO N° 8 Cronograma

No	ACTIVIDADES	1S				2S				3S				4S				5S				6S				7S				8S			
		1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S
1	Elaboración del Proyecto	■	■	■	■																												
2	Elaboración del Marco Teórico					■	■	■	■																								
3	Recolección de Información									■	■	■	■																				
4	Procesamiento de Datos													■	■	■	■																
5	Análisis de resultados y conclusiones																	■	■	■	■												
6	Formulación de la Propuesta																					■	■	■	■								
7	Redacción del Informe final																									■	■	■	■				
8	Correcciones - Reformas																													■	■	■	■
9	Presentación del Informe final																																■
10	Presentación y Aprobación de la Investigación																																■

Fuente: Geovanny Mora

Elaboración: Geovanny Mora

Bibliografía

- 1) (CEPAL), C. E. (2015). La nueva revolución digital. Quinta conferencia ministerial sobre la Sociedad de la información de América Latina y el Caribe (págs. 63-64). Mexico: Naciones Unidas.
- 2) Balle, F. (1994). Comunicación y Sociedad. Colombia: TM Editores.
- 3) Barbas, Á. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. Foro de educación n° 14, 157-175.
- 4) Barbero, J. (2000). Retos culturales de la comunicación a la educación. Elementos para una reflexión que está por comenzar . Santiago de Chile: Reflexiones académicas.
- 5) Bruner, J. (1991). Actos de significado: más allá de la revolución cognitiva. Madrid: Alianza.
- 6) Burgueño, P. (2009). Redes Sociales, Tipos de redes sociales. España: pabloburgueño.
- 7) Calvo, C., & Antonio, E. (2010). Educación: Creación de nuevas relaciones posibles. Polis, 7-15.
- 8) Carmona, J. (2011). El uso de herramientas 2.0 en la educación. Granada: Granada.
- 9) Carmona, J. (2011). El uso de herramientas 2.0 en la educación. Educar, 1-19.
- 10) Carmona, J. (2011). El uso de herramientas 2.0 en la educación. Colombia: Granada.
- 11) Castañeda, L. (2016). El ciberespacio: Educación superior y YouTube. Chasqui, 77-81.

- 12) Castañeda, L. G. (2010). Redes Sociales y otros tejidos online para conectar personas. Sevilla: MAD Eduforma.
- 13) Comba, S., & Toledo, E. (2014). Comunicación y tecnologías digitales en la educación. En E. Toledo, Comunicación, educación y TIC'S: manual de recursos para la enseñanza con herramientas digitales : aprendiendo a enseñar con facebook. twiter y you tube. (págs. 3-16). Rosario: Rosario.
- 14) Desarrollo, B. I. (2014). Escalando la nueva educación. Escalando la nueva educación , 8-9.
- 15) Garcia, S. (2005). Las redes sociales como herramienta para el trabajo colaborativo. Universidad Andres Bello: Universidad.
- 16) Gómez, M., Roses, S., & Farias, P. (2012). El uso academico de las redes sociales en universitarios. Comunicar, 50-62.
- 17) Gómez, M., Roses, S., & Farias, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. Comunicar, 1134-3478.
- 18) Gonzáles, R. (2009). La internet como espacio de producción de capital social: una reflexion en torno a la idea de comunidad informal de aprendizaje. Revista mexicana de investigación educativa, 20-30.
- 19) Haro, J. (2010). Redes Sociales en Educación. Educar para la comunicación y la cooperacion social, 203-215.
- 20) Joan, C. (2012). El DirCom hoy. Barcelona: CPC Editor.
- 21) Kaplún, M. (1998). Una pedagogía de la comunicación. Madrid: Ediciones de la torre.
- 22) Marí, V. (2011). Comunicar para transformar, transformar para comunicar. Madrid: Editorial Popular.
- 23) Monsalve, A. (2003). Teoria de la información y comunicación social. Quito: Ediciones Abya-Yala.

- 24) Niño, V., & Pérez, M. (2005). Los medios audiovisuales en el aula. Bogota: Cooperativa Editorial Magisterio.
- 25) Parra, G. (2000). Bases epistemológicas de la Educomunicación. Quito: Ediciones ABYA-YALA.
- 26) Prieto, D. (1997). La comunicación en la educación. Buenos Aires: Ediciones Ciccus La Crújia.
- 27) Suing, A., Ortiz, C., Gonzales, V., & Marín, C. (2012). La recepción de Educa TV. Simposio Internacional de Educación y Comunicación, 79-82.
- 28) UNICEF. (2015). Comunicación para el desarrollo. unicef, 42-60.

Anexos



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
COMUNICACIÓN SOCIAL

Objetivo: Encuesta dirigida a los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Ambato periodo de Marzo – septiembre 2017, para obtener información valiosa sobre el conocimiento de la importancia de la educomunicación en las redes sociales.

Datos generales:

Edad:

Sexo:

Nivel:

Indicaciones: Ponga una (X) en la respuesta que usted considere correcta.

N°	PREGUNTA	RESPUESTA
1	¿Sabe qué es educomunicación?	Si () No ()
2	¿Cree que se pueden desarrollar procesos de educación a través de los medios de comunicación?	Si () No ()
3	¿A través de qué medios se podrían realizar procesos de educación?	Radio () Tv () Internet () Otros. () Cuales:.....
4	¿Considera que se puede reforzar el proceso enseñanza – aprendizaje formal (escuela, colegio, universidad) mediante las redes sociales?	Si () No ()
5	¿Cree que mediante las redes sociales se	Si ()

	pueden realizar procesos educativos?	No ()
6	¿Según su percepción, qué nivel de influencia tienen las redes sociales en quienes las utilizan?	Alto () Medio () Bajo ()
7	¿Las redes sociales pueden ser utilizadas para estructurar grupos de estudio con tus compañeros de aprendizaje?	Si () No ()
8	¿Utiliza las redes sociales para realizar trabajos extracurriculares?	Si () No ()
9	¿Cuáles son las redes sociales que más utiliza para realizar sus tareas académicas y extracurriculares?	-Facebook () -YouTube () -Twitter ()
10	¿Cree usted que si los contenidos a los que accede en la universidad serían más aprovechados si tuvieran un respaldo audiovisual en YouTube?	Si () No ()
11	¿Le gustaría generar contenidos para complementar su proceso de enseñanza – aprendizaje, a través de YouTube?	Si () No ()

ARTICULO (PAPER)

“LA EDUCOMUNICACION Y LAS REDES SOCIALES EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO”

Geovanny Mauricio Mora Hernández

Universidad Técnica de Ambato

Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales

Carrera de Comunicación Social

RESUMEN

La educomunicación gracias a su carácter teórico-práctico ha sido de gran utilidad para facilitar los procesos de enseñanza aprendizaje en la educación formal en todos sus niveles, en conjunto con la utilización de los medios de comunicación para la transmisión de contenidos educativos tiene gran acogida por los diferentes públicos, en su mayoría por la comunidad universitaria que motivados por aprender cada día un poco más encuentran en la educomunicación las técnicas y procesos necesarios para complementar su formación.

Con el fácil acceso a internet y las herramientas web 2.0, el sector educativo pudo transformarse empleando técnicas digitales que facilitan la participación de los estudiantes con sus compañeros, así como también implementar espacios de trabajo

virtual que van más allá de las aulas de una institución educativa, facilitando el intercambio de conocimientos y contenidos que mejoran la calidad de enseñanza – aprendizaje de las instituciones educativas.

Las redes sociales gracias a su popularidad y a su gran influencia en el mundo real de sus usuarios juegan un papel importante al momento de ofrecer espacios virtuales dedicados a temas educativos, por tal razón este trabajo investigativo nos da a conocer dos aspectos, el primero sobre cuál es el criterio de la comunidad universitaria para utilizar las redes sociales, específicamente YouTube como una plataforma adecuada para generar contenidos educativos, y el segundo de cuál es el interés de los mismos estudiantes ser quienes generen dichos contenidos, llegando a ser protagonistas de una educación crítica-reflexiva y analizada desde su punto de vista en complemento con la educación formal de la universidad.

Palabras clave: Edu-comunicación, medios de comunicación, internet, redes sociales, YouTube.

ABSTRACT

The educommunication thanks to its theoretical-practical nature has been very useful to facilitate the processes of teaching learning in formal education at all levels, in conjunction with the use of the media for the transmission of educational content is well received by The different publics, mostly by the university community that motivated by learning a little more every day find in the educommunication the techniques and processes necessary to complement their training.

With the easy access to the internet and web 2.0 tools, the education sector was able to transform itself using digital techniques that facilitate the participation of students with their peers, as well as to implement virtual workspaces that go beyond the classrooms of an educational institution , Facilitating the exchange of knowledge and contents that improve the quality of teaching and learning of educational institutions.

The social networks, thanks to its popularity and its great influence in the real world of its users play an important role when offering virtual spaces dedicated to educational subjects, for that reason this research gives us two aspects, the first about which Is the criterion of the university community to use social networks, specifically YouTube as an appropriate platform to generate educational content, and the second of which is the interest of the students themselves who generate such content, becoming the protagonists of a critical education -reflexive and analyzed from his point of view in complement with the formal education of the university.

Keywords: Edu-communication, media, internet, social networks, YouTube.

INTRODUCCION

En los procesos tradicionales empleados por las instituciones educativas, se ha podido notar algunas deficiencias relacionadas con los programas establecidos, la limitación del tiempo dentro de las aulas, limitaciones geográficas entre otras, como factores que evitan que todos los estudiantes aprendan de una manera equitativa y eficaz, así lo menciona (Gómez, Roses, & Farias, El uso academico de las redes sociales en universitarios, 2012) “en las universidades podría estar aún muy arraigada la enseñanza tradicional formal, donde la comunicación siempre es unidireccional (profesor-alumno) y donde al alumno le cuesta más participar y sentirse integrado.”(p.5). Dicha integración

y participación se considera de vital importancia y más aún en una carrera de comunicación social.

Por tal motivo, nació el interés de investigar el tema de “La educomunicación y las redes sociales en la carrera de comunicación social en la Universidad Técnica de Ambato”, como una opción para mejorar los procesos educativos formales gracias a la integración del uso de internet y la red social denominada YouTube.

Esta temática fue seleccionada para encontrar métodos para poder integrar las redes sociales utilizadas por gran parte de la comunidad universitaria y la creación de contenidos educativos en forma audiovisual, dichos contenidos serán preparados por los estudiantes con la ayuda de docentes, fortaleciendo las relaciones de participación con los maestros y el público en general, aprovechando las características de las herramientas 2.0 como menciona (Carmona, 2011) “Los usuarios son los protagonistas, ya que permiten interactuar directamente en la red y el trabajo entre usuarios, cambiando los roles tradicionales entre alumno-alumno, alumno-profesor e incluso profesor-profesor”(p.9). Buscando una participación activa monitoreada con los datos estadísticos que nos registre la red social.

La educomunicación aplicada en la educación formal tendrá efectos positivos tanto para estudiantes como maestros, y también para el público que no tiene acceso a la misma, como menciona (Haro, 2010)“Las redes sociales tienen una innegable utilidad para la educación formal, aunque su mayor logro consiste en establecer un vínculo que la une con la informal. Esta unión produce una retroalimentación que favorece el proceso educativo general” (p.214). Es decir se podrá transmitir contenido educativo a todas las personas que tengan la predisposición para aprender por su cuenta en cualquier lugar que tenga acceso a internet.

Este trabajo se lo elaboro mediante un enfoque investigativo de carácter mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo con relación a las variables de investigación, aplicado a una muestra de la población de los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Ambato.

Gracias a la aplicación de la técnica de la encuesta se ha podido llegar a obtener datos significativos que justifican la propuesta de la creación de una canal en YouTube destinado a la creación de contenidos educativos por parte de los estudiantes con la colaboración de los docentes de la carrera de comunicación social, este canal tiene como objetivo complementar la educación impartida en la Universidad Técnica de Ambato.

La estructura general del presente trabajo de investigación viene dividida en capítulos, los que a su vez se subdividen en temas y subtemas como se detalle en el siguiente esquema:

Capítulo I: El Problema. Contiene el tema de la investigación, su contextualización y análisis el problema desde diferentes puntos de vista, apoyados en interrogantes, a los que se darán respuesta durante el desarrollo de la presente investigación. En este capítulo se estableció la delimitación del objeto de investigación, el para qué se investigó, con su justificación, su impacto, interés, factibilidad.

Capítulo II: Marco Teórico. Contiene la fundamentación bibliográfica – documental, que da validez a la solución del problema identificado. Inicialmente se analiza artículos científicos referentes a las variables de investigación, que se usaron como antecedentes al contenido teórico del presente trabajo. A continuación se lo fundamentó desde el punto de vista filosófico, legal y con un marco teórico donde se desagrega las variables de investigación.

Capítulo III: Metodología. Contiene la metodología del trabajo de investigación que se va a usar a lo largo de su ejecución, según su modalidad, tipo y nivel. Adicionalmente se establece la población de estudio y se detalla cómo se va a recolectar la información de varias fuentes de estudio, y el tratamiento que se les va a dar luego de su procesamiento y análisis.

Capítulo IV: Análisis de resultados. Contiene el análisis e interpretación de los datos recopilados en los instrumentos de investigación, a través de una metodología estadística y gráfica.

Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones. Se establecen las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo de investigación, luego del análisis de la información recolectada.

Capítulo VI: Propuesta. Contiene la propuesta para la solución del problema identificado.

METODOLOGIA

Para la elaboración de este trabajo investigativo se tomó en cuenta los siguientes elementos.

Sujetos:

La población muestral de estudio para esta investigación la constituye una muestra de 172 encuestas realizadas a los estudiantes legalmente matriculados dentro de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato.

Técnicas e Instrumentos:

La investigación se desarrolló basada en una investigación bibliográfica-documental, en donde se encontró conceptos, definiciones y contenido relacionado a el tema propuesto, así como también con entrevistas y el análisis de fuentes audiovisuales, que permitieron obtener fundamentos válidos para realizar un cuestionario que fue aplicado a nuestra población muestral, permitiendo obtener datos estadísticos reales sobre los criterios que tienen los estudiantes de la carrera sobre la educomunicación y las redes sociales.

RESULTADOS

Una vez que se pudo recopilar y tabular los resultados, se obtuvieron los siguientes resultados.

De la población encuestada el 75% si conoce de que trata la educomunicación y sus beneficios como aporte para la educación formal, por otro lado un 37% de la población considera a Internet como un medio de comunicación, y en conjunto con esto, un 95% de los encuestados están de acuerdo que si se puede realizar procesos educativos en los medios de comunicación.

Una mayoría de un 87% de los encuestados también está de acuerdo que las redes sociales son aptas para realizar procesos educativos, coincidiendo con un 74%, en que

las redes sociales tienen un alto nivel de influencia en quienes tienen administrando una, resultando YouTube con un 38% como la preferida para acceder a contenido educativo

Finalmente el porcentaje de población que si está de acuerdo con generar contenidos en YouTube para complementar los procesos de enseñanza-aprendizaje resulto con un contundente 94% de la población total encuestada.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

8. Los medios de comunicación tradicionales, así como también los digitales son totalmente adecuados para realizar procesos de educomunicación siendo el Internet uno de los principales considerados como idóneos para esta práctica.
9. Gran parte de la comunidad universitaria ya conoce de que trata la educomunicación y mantiene una postura favorable a su aplicación y las ventajas que esta otorga a los procesos de enseñanza – aprendizaje.
10. Las redes sociales están consideradas por los estudiantes de comunicación social, como herramientas adecuadas para realizar procesos educativos, encuentran en ellas espacios aprovechables para vincularlos con su educación formal.
11. Los estudiantes de comunicación social utilizan las redes sociales para realizar tareas académicas extracurriculares, como complemento durante su formación académica.

12. YouTube es una red social que está entre las más utilizadas por los estudiantes de comunicación social, para realizar tareas académicas extracurriculares gracias a su diversidad en contenido audiovisual y educativo.

13. Los estudiantes de la carrera de comunicación social están de acuerdo en generar contenido educomunicacional para YouTube con el propósito de complementar el proceso de enseñanza – aprendizaje para toda la comunidad universitaria.

Recomendaciones:

5. Utilizar con mayor frecuencia la educomunicación en la educación formal, para generar una cultura de enseñanza – aprendizaje distinto, que será beneficiosa para poder utilizar a los medios de comunicación en beneficio de los procesos educativos.

6. Socializar métodos prácticos para utilizar las redes sociales como herramientas adecuadas para crear espacios de trabajo académico, extracurricular, con contenido educativo y con fácil acceso para estudiantes y público interesado en temas específicos.

7. Facilitar espacios On-line, para aplicar educomunicación y que los estudiantes puedan integrar el uso de las redes sociales en beneficio de su educación formal.

8. Generar un canal en YouTube en donde los estudiantes puedan producir contenido educomunicacional desde su perspectiva, sobre los temas tratados en las aulas, promoviendo la cultura de práctica educomunicacional y complementando el proceso enseñanza – aprendizaje formal.

Bibliografía

Carmona, J. (2011). El uso de herramientas 2.0 en la educación. *Educar*, 1-19.

Gómez, M., Roses, S., & Farias, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Comunicar*, 50-62.

Haro, J. (2010). Redes Sociales en Educación. *Educar para la comunicación y la cooperación social*, 203-215.