



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN

LA EDUCOMUNICACIÓN Y LOS CONTENIDOS MULTIMEDIA. CASO:
VISIÓN MÁGICA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

AUTOR:

PANIMBOZA PERERO BRYAN ISRAEL

TUTOR:

Lic. ÁNGEL ALBERTO MATAMOROS DÁVALOS. PhD

DOCENTE ESPECIALISTA:

Lcda. MARÍA ISABEL POSLIGUA QUINDE. MsC.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PROPUESTA PARA TELEVISIÓN, CINE Y MULTIMEDIA

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL	2
ÍNDICE DE TABLAS	3
ÍNDICE DE FIGURAS.....	4
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	5
DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTOS	7
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC.....	8
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	8
RESUMEN	10
INTRODUCCIÓN	12
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.1. Antecedentes del problema de investigación.....	13
1.2. Formulación del problema de investigación.....	17
1.3. Objetivos.....	18
1.3.1. Objetivo general.....	18
1.3.2. Objetivos específicos.....	18
1.4. Justificación de la investigación.....	18
2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	20
2.1. Conocimiento actual.....	20
2.2. Fundamentación teórica y Conceptual.....	23
3. MARCO METODOLÓGICO	31
3.1. Tipo de investigación	31
3.2. Alcance de la investigación.....	33
3.3. Operacionalización de las variables	35
3.4. Población, muestra y periodo de estudio.....	35
3.5. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.....	37
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	39
5. DISCUSIONES	49
6. CONCLUSIONES.....	51
7. RECOMENDACIONES	52
REFERENCIAS.....	54
Bibliografía	54
ANEXOS	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. En el campo de la educomunicación, las estrategias de comunicación persuasiva, se reflejan en los contenidos multimedia.....	39
Tabla 2. Las estrategias de comunicación contribuyen a fomentar la participación de la audiencia.	40
Tabla 3. Las estrategias de comunicación, permiten el desarrollo de la competencia comunicativa e impactan en la participación interactiva de la audiencia.	41
Tabla 4. La educomunicación influye en la claridad y concisión de la comunicación efectiva en los medios digitales.	42
Tabla 5. La interacción educomunicativa en los medios digitales permite mejorar la efectividad comunicativa.	43
Tabla 6. La calidad de los elementos audiovisuales enriquece la experiencia de consumo de contenidos multimedia.	44
Tabla 7. La implementación de contenidos multimedia en el entorno digital, optimiza el proceso de alfabetización.	45
Tabla 8. La alfabetización influye en la percepción de la relevancia y utilidad de los contenidos multimedia.	46
Tabla 9. La implementación de las tecnologías de la información contribuye a la creación de contenidos multimedia.	47
Tabla 10. Las tecnologías de la información mejoran la distribución y la calidad de los contenidos multimedia dentro del mundo digital.	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. En el campo de la educomunicación, las estrategias de comunicación persuasiva, se reflejan en los contenidos multimedia.....	39
Figura 2 Las estrategias de comunicación contribuyen a fomentar la participación de la audiencia....	40
Figura 3. Las estrategias de comunicación, permiten el desarrollo de la competencia comunicativa e impactan en la participación interactiva de la audiencia.....	41
Figura 4. La educomunicación influye en la claridad y concisión de la comunicación efectiva en los medios digitales.	42
Figura 5 La interacción educomunicativa en los medios digitales permite mejorar la efectividad comunicativa.	43
Figura 6. La calidad de los elementos audiovisuales enriquece la experiencia de consumo de contenidos multimedia.	44
Figura 7. La implementación de contenidos multimedia en el entorno digital, optimiza el proceso de alfabetización.	45
Figura 8. La alfabetización influye en la percepción de la relevancia y utilidad de los contenidos multimedia.	46
Figura 9. La implementación de las tecnologías de la información contribuye a la creación de contenidos multimedia.	47
Figura 10. Las tecnologías de la información mejoran la distribución y la calidad de los contenidos multimedia dentro del mundo digital.	48

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe; **PANIMBOZA PERERO BRYAN ISRAEL** con C.I. **2450041062** estudiante de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **LA EDUCOMUNICACIÓN Y LOS CONTENIDOS MULTIMEDIA. CASO: VISIÓN MÁGICA**, corresponde exclusiva responsabilidad del autor y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 27 de noviembre, 2023.

Atentamente,



Panimboza Perero Bryan Israel
C.I. 2450041062

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de investigación a mis amados padres, Manuel Panimboza de la Cruz y Carmen Edis Perero Tigrero. Su amor incondicional, apoyo constante y sabiduría han sido la fuente inspiradora que ha guiado cada paso de mi camino académico. Gracias por ser mi roca, mi guía y mi mayor fuente de motivación. Este logro no hubiera sido posible sin su sacrificio y dedicación. Con todo mi amor y gratitud.

A mis queridos hermanos, Aurora Perero Tigrero y Axel Panimboza Perero, quienes han sido mi apoyo inquebrantable a lo largo de este viaje académico. Sus palabras alentadoras, paciencia infinita y amor constante han sido pilares fundamentales en mi vida. Este proyecto no es solo mío, sino también de ustedes, ya que su influencia ha dejado una marca indeleble en cada paso que he dado. Gracias por estar ahí presentes y compartir conmigo este emocionante trayecto.

Panimboza Perero Bryan Israel

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a mis padres, Manuel Panimboza de la Cruz y Carmen Edis Perero Tigrero por su incansable esfuerzo y dedicación a lo largo de mi trayecto académico. Vuestra labor ardua y sacrificio constante han sido mis cimientos sobre los cuales he construido mis logros. Cada paso hacia mi graduación ha sido posible gracias a vuestro amor, apoyo y creencia inquebrantable en mi potencial. Gracias por ser mis guías, mis héroes y mi fuente de motivación. Este logro es también de ustedes, y mi corazón rebosa de gratitud.

También quiero emitir mi sincero agradecimiento al Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD, por su dedicación, sabiduría y orientación valiosa a lo largo de este proyecto de investigación. Su experiencia y compromiso han sido piezas fundamentales en mi aprendizaje, y estoy agradecido por el tiempo y el esfuerzo que ha invertido en mi desarrollo académico.

Asimismo, quiero agradecer a mi tutora guía, la Lcda. Vilma Maribel García González, Mgtr, por su paciencia, liderazgo y apoyo constante. Su guía experta y motivación han sido importantes en mi proceso de investigación, brindándome las herramientas necesarias para alcanzar mis metas.

Quiero también dedicar un agradecimiento especial a la obra maestra del anime japonés, 'Shingeki No Kyojin' por su impacto significativo en mi vida. Este anime no solo me ha entretenido, sino que también ha sido una gran fuente de inspiración. Los valores de valentía y perseverancia representado por los personajes han dejado una impresión duradera en mi corazón.

A través de las adversidades y desafíos enfrentados por los protagonistas, he aprendido lecciones valiosas sobre la importancia de la determinación y la resistencia ante las dificultades. Shingeki No Kyojin ha sido más que una serie de animación para mí, ha sido un recordatorio constante de la fuerza interior necesaria para superar obstáculos.

Y finalmente, mi sincero agradecimiento a la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE) por brindarme la oportunidad invaluable de cursar mis estudios superiores. Durante mi tiempo en esta prestigiosa institución, he sido testigo del compromiso excepcional de la UPSE con la excelencia académica y la formación integral de sus estudiantes.

Panimboza Perero Bryan Israel



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

La Libertad, 27 de noviembre del 2023

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, Ph.D
Directora de la Carrera de Comunicación- UPSE

En su despacho. -

En calidad de tutor(a) asignado(a) por la carrera de Comunicación, informo a usted que el estudiante **Bryan Israel Panimboza Perero** con cédula de identidad No **2450041062**, ha cumplido con los requisitos estipulados en el *Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE* y *Protocolos Vigentes de la carrera de Comunicación*, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título **“La educomunicación y los contenidos multimedia. Caso: Visión Mágica”**.

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación referido anteriormente, bajo el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE vigente que cita:

“Art 11. Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo a la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del autor, cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD
DOCENTE TUTOR

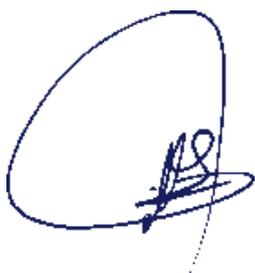
**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR**



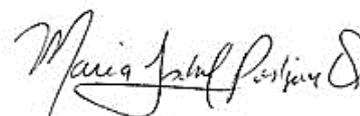
**Lic. Lilian Susana Molina
Benavides, PhD.
DIRECTORA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



**Lcda. Vilma Maribel García
González.
DOCENTE GUÍA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



**Lic. Ángel Alberto Matamoros
Dávalos, PhD.
DOCENTE TUTOR DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



**Lcda. María Isabel Posligua
Quinde. MSc.
DOCENTE ESPECIALISTA DE
LA CARRERA DE COMUNICACIÓN**



**Bryan Israel Panimboza Perero
ESTUDIANTE**

LA EDUCOMUNICACIÓN Y LOS CONTENIDOS MULTIMEDIA. CASO: VISIÓN MÁGICA

Panimboza Perero Bryan Israel
Código Orcid (1) 0000-0003-2239-9270
Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera Comunicación

RESUMEN

La relevancia de los medios digitales en la sociedad ha experimentado un continuo crecimiento en los últimos años. El ámbito de la educomunicación se encuentra estrechamente vinculado a esta evolución, especialmente en el contexto de la difusión de información a través de plataformas no convencionales como las redes sociales. Dada la influencia significativa de la tecnología, las redes sociales han emergido como la principal fuente de información para gran parte de la población. Este proyecto de investigación se desarrolló con un enfoque estructurado, empleando métodos y técnicas para recopilar datos sobre como el medio digital Visión Mágica utiliza la educomunicación y los contenidos multimedia para transmitir información. El objetivo principal de este estudio es analizar la interacción entre estos dos componentes en la era digital, evaluando su impacto en la creación de contenidos mediáticos. La metodología adoptada, es de carácter básica y descriptiva, utilizando un enfoque inductivo-deductivo. Para la recolección de información se llevó a cabo una encuesta con escala de Likert, dirigida a 384 personas que consumen contenido informativo a través de redes sociales, y se realizó una evaluación por medio de una ficha de observación. Los resultados indican que la audiencia demuestra una percepción positiva en cuanto a la calidad de la información ofrecida por el medio digital. Los contenidos multimedia han sido efectivos para transmitir información clara y concisa, según lo reflejado en las respuestas de los encuestados y los criterios evaluados en la ficha de observación.

Palabras Clave: *Educomunicación, contenidos multimedia, comunicación efectiva, estrategias de comunicación, medios digitales, alfabetización mediática.*

EDUCOMMUNICATION AND MULTIMEDIA CONTENT. CASE: VISIÓN MÁGICA

Panimboza Perero Bryan Israel
Código Orcid (1) 0000-0003-2239-9270
Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera Comunicación

ABSTRACT

The relevance of digital media in society has experienced continuous growth in recent years. The field of educommunication is closely linked to this evolution, especially in the context of the dissemination of information through unconventional platforms such as social networks. Given the significant influence of technology, social networks have emerged as the main source of information for a large part of the population. This research project was developed with a structured approach, using methods and techniques to collect data on how the digital medium *Visión Mágica* uses educommunication and multimedia content to transmit information. The main objective of this study is to analyze the interaction between these two components in the digital era, evaluating their impact on the creation of media content. The methodology adopted is basic and descriptive in nature, using an inductive-deductive approach. To collect information, a Likert scale survey was carried out, aimed at 384 persons who consume informative content through social networks, and an evaluation was carried out using an observation sheet. The results indicate that the audience demonstrates a positive reception regarding the quality of the information offered by the digital medium. Multimedia content has been effective in transmitting clear and concise information, as reflected in the responses of the respondents and the criterion evaluated in the observation sheet.

Keywords: *Educommunication, multimedia content, effective communication, communication strategies, digital media, media literacy.*

INTRODUCCIÓN

El presente estudio de investigación tiene como objetivo central analizar la influencia de la educomunicación y los contenidos multimedia en el medio digital Visión Mágica, considerando su impacto en la creación de contenidos mediáticos en la provincia de Santa Elena. Los medios digitales se han consolidado como fuentes primordiales de información, respondiendo a la necesidad de una difusión más inmediata y precisa. En este contexto, la educomunicación y los contenidos multimedia se exploran como herramientas esenciales para transmitir información de manera efectiva a la audiencia.

La metodología empleada es de carácter descriptivo no experimental, utilizando un enfoque mixto para la investigación básica. La población estudiada abarca a los 7000 seguidores de Visión Mágica, y la muestra seleccionada se obtuvo mediante un muestreo no probabilístico aleatorio, cuya cantidad es de 384. Se emplearon encuestas y una lista de cotejo para evaluar la percepción de la audiencia sobre la calidad de la información y la aplicación de estrategias educomunicativas en las publicaciones del medio digital.

El análisis de resultados se centra en entender como la audiencia percibe la influencia de la educomunicación y los contenidos multimedia en Visión Mágica. También se busca identificar estrategias específicas utilizadas por el medio para educar y comunicar de manera efectiva. Además, se considera la calidad y pertinencia del material multimedia presentado en el medio. La conclusión de este proyecto se orienta a proporcionar recomendaciones para fortalecer la práctica de la educomunicación y la creación de contenidos multimedia en Visión Mágica. Se destaca la importancia de mantener una atención constante en la retroalimentación de la audiencia, diversificar formatos multimedia y adaptar estrategias para mejorar continuamente el impacto educativo y comunicativo del medio digital.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes del problema de investigación.

La educomunicación es una disciplina que estudia las relaciones entre la educación y los medios de comunicación. Su objetivo es promover el uso de los medios como herramientas educativas para la formación integral de las personas, mientras que los contenidos multimedia son piezas informativas que combinan diferentes formatos, como audio, imagen y vídeo. Estos formatos permiten comunicar mensajes de forma más atractiva y efectiva, lo que los hace ideales para la educación. La relación entre estos 2 componentes es estrecha. Los contenidos multimedia pueden ser utilizados para apoyar el proceso de aprendizaje y desarrollar habilidades.

La educomunicación tiene sus orígenes en la educación activa y participativa, y se ha desarrollado con el objetivo de utilizar los medios de comunicación para la educación. Según (Báez y otros, 2023) destaca:

Los primeros aportes a la educomunicación se dieron en la década de los 50, a través de la propuesta del pedagogo francés Célestin Freinet. Él, creía que el aprendizaje debía basarse en la experiencia y la participación, y que los niños debían tener la oportunidad de expresarse libremente. En los años 70, la UNESCO comenzó a promover la importancia de la educomunicación. Esta organización consideró que los medios de comunicación podían ser utilizados para educar a las personas, especialmente a aquellas que no tenían acceso a la educación normal (pág. 523).

Así pues, esta disciplina explora las relaciones entre los campos de la educación y los medios de comunicación y tiene el potencial de transformar el proceso tradicional de aprendizaje, haciéndola más efectiva y accesible para todos.

La educomunicación busca utilizar los medios de comunicación, como la radio, la televisión, internet y las redes sociales, de manera crítica y creativa para fomentar la reflexión, el diálogo y la interacción entre los participantes. Para (Narváez, 2019) en su investigación resalta:

La creciente importancia que el concepto de la educomunicación representa en los medios de comunicación, especialmente observando la masificación que los medios digitales han introducido. Varias organizaciones europeas y mundiales reconocen la importancia de la comunicación, ya sea en sus formas tradicionales o, más recientemente, en los medios digitales (pág. 5).

En tal sentido, se resalta la importancia de la educomunicación, la cual radica en su capacidad para ampliar las oportunidades de aprendizaje y promover la inclusión social a través de distintos medios en la actualidad.

Internet ha revolucionado la forma en que se produce y consume el conocimiento. Las características de la web, como la multimedia, la interactividad y los hipertextos, permiten crear relatos del presente más completos y atractivos. De acuerdo con (Magallón, 2022) enfatiza en que:

La revolución digital de los ordenadores ha hecho posible procesar la información de forma rápida y eficiente. A finales de los años 80, los ordenadores empezaron a comunicarse entre sí a través de líneas telefónicas analógicas. El módem era el dispositivo que convertía las señales digitales del ordenador en señales analógicas que podían viajar por la línea telefónica. En la década de los 90, la conexión digital hizo posible que los ordenadores se comunicaran entre sí de forma directa, creando así la internet, una red global de ordenadores en el mundo (pág. 81).

Por lo tanto, las nuevas fuentes digitales también conviven con la demanda de una cultura de la transparencia. Los datos abiertos y la información pública pueden utilizarse para ampliar nuestro conocimiento del pasado y del presente.

Los contenidos multimedia son recursos que combinan diferentes formas de comunicación para transmitir información de manera interactiva. Según (Mora y otros, 2019) en su artículo menciona que:

La importancia de la multimedia se destaca en diferentes disciplinas en el sistema de educación superior existente. Dado que los medios multimedia son de naturaleza multidisciplinaria, se han vuelto muy populares entre las personas de diferentes dominios de enseñanza y aprendizaje. Para que las herramientas tengan éxito en su uso, y sean bien recibidas por los estudiantes debe ser al menos tan fácil de usar como los procesadores de texto y las herramientas de presentación existentes como las hojas de cálculo, entre otras (pág. 201).

En ese mismo contexto, la relevancia de los contenidos multimedia se engloba en la manera de enriquecer la experiencia de aprendizaje, la comprensión de la información, adaptarse a diferentes estilos de interacciones y participación entre los usuarios.

De acuerdo con (Begnini y otros, 2022) en su investigación de índole nacional “Educomunicación y recursos didácticos”, resalta que la educomunicación influye en el desarrollo de habilidades críticas y creativas en los estudiantes. Fomenta el pensamiento crítico, la resolución de problemas, el razonamiento lógico y la capacidad de innovar.

La educomunicación es una forma de comunicación educativa que utiliza recursos didácticos y tecnológicos para promover el aprendizaje colectivo y crítico. Estos recursos permiten a las personas desarrollar las competencias necesarias para analizar y resolver problemas. Las tecnologías de la información y la comunicación, ya que permiten que el aprendizaje se produzca en diferentes escenarios y que las personas puedan adaptarse a los avances tecnológicos (pág. 166).

Por ello, la influencia de este método abarca todos los procesos y actores involucrados en el ámbito educativo y desempeña un papel crucial en el desarrollo y formación de individuos.

Para (Navarro, 2023) en un artículo realizado en el país de México “Impacto de la implementación de contenido multimedia como estrategia para la creación de cursos digitales inclusivos”, menciona que los contenidos multimedia pueden ser utilizados para comunicar e incrementar la calidad de un proceso educativo, así como para presentar ideas creativas y diferenciadas que atraigan y retengan la atención de un conglomerado:

Los contenidos multimedia son herramientas poderosas para la educación. Pero su uso debe ser responsable y colaborativo. Para una adecuada utilización de estos contenidos, es necesario priorizar el pensamiento crítico entorno a la información y el uso que hacemos de este tipo de herramientas. Las nuevas estrategias de enseñanza tendrán que ir encaminadas no solo al uso de estos instrumentos dentro de un aula, sino que también tendrán que reforzar el análisis del estudiante para que pueda crear un conocimiento crítico y con una visión multicultural y global (pág. 270).

Aunado a esto, el estudio sostiene que los contenidos multimedia son herramientas poderosas para la educación, pero que su uso debe ser responsable y colaborativo. Para una adecuada utilización de estos contenidos, es necesario priorizar el pensamiento crítico entorno a la información y el uso que hacemos de este tipo de herramientas.

En relación a ello, (Tómala, 2022) en su proyecto de investigación desarrollada en el centro de educación básica “Juan León Mera” ubicada en Loma Alta, destaca que el campo

de la educomunicación se relaciona con la rigurosidad y estructuración de la información, la formación de criterio y orientación de la opinión pública, la originalidad y el uso de géneros periodísticos:

La educomunicación es una herramienta eficaz para mejorar la interacción entre docentes y estudiantes, así como para facilitar el aprendizaje. Para aprovechar al máximo el potencial de este método de ilustrar, es importante que los docentes se capaciten en esta nueva técnica de comunicación y enseñanza (pág. 31).

Por ello, estos aspectos propulsan la acción de desarrollar en los estudiantes habilidades de investigación, pensamiento crítico, expresión y participación activa, para que puedan ser ciudadanos informados y comprometidos con la construcción del conocimiento y debate público.

Los contenidos multimedia deben ser adaptados y utilizados de manera efectiva en una fan Page, en este caso del medio digital Visión Mágica, aprovechando las funcionalidades de las redes sociales para llegar de manera impactante a un debido target. En el siguiente proyecto de investigación denominado “los contenidos multimedia como estrategias de comunicación en el diario Súper de Santa Elena” llevado a cabo por (Ponguillo, 2022) evidencia que:

El contenido multimedia es el más adecuado para el público objetivo de una fan page. Este comprendido permite formar algo más completo para los usuarios con una combinación de textos, fotografías y videos. La leyenda que acompaña el contenido también es importante, ya que refuerza la idea de una publicación, los enlaces a páginas web son una forma de enganchar a los seguidores con información más completa (pág. 19).

Por lo tanto, la importancia de los contenidos multimedia y la educomunicación en un fan page de Facebook es que permiten una comunicación más efectiva y atractiva para un público objetivo. Los contenidos multimedia, como imágenes, videos y audio, son más fáciles de comprender y recordar que los textos. Además, la educomunicación es una forma de comunicación que tiene como objetivo educar e informar a los ciudadanos.

El estudio tiene un alcance social, ya que se centrará en un medio digital específico, Visión Mágica, que tiene una gran presencia en la provincia. Se llevará a cabo en el lapso de 4 meses, desde septiembre hasta diciembre del presente año 2023. Los resultados de esta

investigación podrán ser utilizados por los medios digitales, profesionales de la educación y los consumidores del portal online para mejorar la calidad y efectividad de los contenidos digitales.

La investigación que se llevará a cabo sobre la influencia educativa de los medios digitales en la provincia de Santa Elena, Ecuador, es de gran relevancia social debido al creciente uso de estos medios en la sociedad actual. Los medios digitales son una fuente primaria de información para muchas personas. Por lo que es importante comprender su impacto educativo.

1.2. Formulación del problema de investigación.

En la era digital, la efectividad de la comunicación educativa a través de contenidos multimedia en un medio digital como “Visión Mágica” en Facebook se convierte en un desafío relevante, para ello se plantea la siguiente pregunta de investigación.

¿Cuál es el impacto de la educomunicación y los contenidos multimedia en la audiencia del portal de Facebook de Visión Mágica?

- ¿Cuáles son las mejores prácticas de educomunicación para fomentar la participación activa de la audiencia en un medio digital, y como pueden aplicarse en el caso “Visión Mágica” en su fan Page?
- ¿Cuál es el impacto de la utilización de contenidos multimedia en la interacción de la audiencia en la fan Page de Facebook de Visión Mágica?
- ¿Cómo utilizar la educomunicación y los contenidos multimedia de manera óptima para fomentar la participación y comprensión de la audiencia en una plataforma de redes sociales?

1.3. Objetivos.

1.3.1. Objetivo general.

- Analizar la educomunicación y los contenidos multimedia de Visión Mágica, para optimizar la participación, la comprensión y el compromiso de la audiencia de Facebook del medio de comunicación digital.

1.3.2. Objetivos específicos

- Evaluar la percepción de la audiencia sobre la calidad informativa de Visión Mágica, considerando la influencia de la educomunicación, para medir el impacto de sus publicaciones.
- Identificar los tipos de contenido multimedia (textos, imágenes, videos, infografías, etc.,) utilizados por Visión Mágica en sus publicaciones para mejorar la participación de la audiencia en la red social Facebook.
- Proporcionar recomendaciones basadas en los hallazgos para mejorar la práctica de la educomunicación y el uso de contenidos multimedia en la página de Facebook de Visión Mágica.

1.4. Justificación de la investigación.

La investigación que se llevará a cabo es de gran importancia debido al creciente uso de los medios digitales y su impacto en la sociedad actual. Con el avance de la tecnología y la amplia difusión de las redes sociales, los medios digitales se han convertido en una fuente primaria de información y entretenimiento para muchas personas. Comprender la influencia educativa de estos medios en los consumidores, es crucial para analizar el papel que desempeñan en la formación de conocimientos, actitudes y valores en la sociedad. Esta investigación proporcionará información valiosa sobre la efectividad de los contenidos digitales en la promoción de una educación significativa y el desarrollo de una conciencia crítica entre los usuarios.

El proyecto es altamente pertinente en el contexto actual, donde la educación y los medios digitales desempeñan un papel fundamental en la formación de individuos y la construcción de conocimiento. Analizar la influencia de este medio en específico, permitirá identificar las fortalezas y debilidades de sus contenidos en la red social Facebook. Estos medios tienen un alcance significativo y una presencia relevante en el entorno digital, lo que

los convierte en objetos de estudio pertinentes para comprender como la información que transmiten puede influir en los consumidores y su desarrollo educativo.

La relevancia de este proyecto radica en su contribución al campo de la educomunicación y la comprensión de la influencia educativa de los medios digitales. Al analizar los contenidos de Visión Mágica, se podrá evaluar la calidad, pertinencia y efectividad de la información que transmiten y su impacto en los usuarios. Estos hallazgos pueden ser utilizados por el medio digital y los profesionales de la educación para mejorar sus estrategias de comunicación y promover una educación más significativa y crítica a través de los medios.

La investigación sobre los medios digitales es necesaria en la actualidad debido a su creciente influencia en la sociedad. Estos medios son una fuente principal de información y entretenimiento para millones de personas, por lo que es importante comprender su impacto educativo. La investigación sobre la calidad y efectividad de los contenidos digitales puede ayudar a evaluar su capacidad de promover una educación significativa y el desarrollo de una conciencia crítica. Esta información es valiosa para los medios digitales y los profesionales de la educación, ya que les puede ayudar a mejorar sus estrategias comunicativas y promover una sociedad más informada y crítica

Este trabajo investigativo tiene una significativa notabilidad científica debido a su enfoque en el análisis y evaluación de la influencia educativa de los medios digitales, específicamente en el caso de Visión Mágica en la plataforma Facebook. Al llevar a cabo un examen riguroso de la calidad, pertinencia y efectividad de los contenidos de este medio, se proporcionará una base sólida para comprender mejor como los medios digitales impactan en la formación de conocimientos, actitudes y valores de la sociedad. Además, al identificar las fortalezas y debilidades de estos medios, se generará un conocimiento valioso que puede contribuir al campo de la educomunicación y proporcionar una visión más profunda de como los medios digitales pueden promover la educación significativa y la conciencia crítica. Los resultados de esta investigación pueden servir como punto de partida para futuros estudios científicos que se centren en la mejora de estrategias de comunicación y educación a través de medios digitales, lo que refuerza aún más su importancia científica.

Esta investigación constará de diversos grupos de beneficiarios, en primer lugar, los medios digitales como Visión Mágica podrán obtener información detallada sobre la influencia educativa de sus contenidos y utilizar estos resultados para mejorar su propuesta

comunicativa y educativa en las plataformas digitales. Los profesionales de la educación también se beneficiarán al contar con datos sobre la influencia de estos medios en la formación de conocimientos y valores de los consumidores. Finalmente, los consumidores de estos medios serán beneficiarios indirectos, ya que la investigación contribuirá a un mayor entendimiento sobre la calidad de los contenidos que consumen y promoverá una mayor conciencia crítica a la hora de interactuar con la información en las redes sociales.

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Conocimiento actual.

Definición de educomunicación

La educomunicación es un campo de estudios teórico-práctico que conecta dos disciplinas: la educación y la comunicación. De acuerdo con (Muñoz y otros, 2020):

La educomunicación es una forma de enseñar a las personas a pensar de forma crítica sobre los medios de comunicación y a participar en la sociedad de forma activa. Es un campo en constante evolución, que se adapta a cambios en los medios y la ciudadanía, convirtiéndola en una herramienta esencial para preparar a los individuos en un mundo digital (pág. 2).

Por ello, el objetivo de esta práctica es promover la alfabetización mediática y digital, así como el desarrollo de competencias comunicativas y críticas en la población.

La educomunicación se basa en la idea de que los medios de comunicación son instrumentos poderosos que pueden ser utilizadas para educar, informar y entretener. Según (Santos y otros, 2023) enfatizan en que:

Esta herramienta es una estrategia pedagógica que busca que los medios de comunicación contribuyan a la formación crítica del individuo. Para ello, promueve que los mensajes e información que consumimos sean analizados de forma objetiva y reflexiva, de modo que podamos comprender mejor el mundo que nos rodea y participar de forma activa en él (pág. 184).

Es también importante acotar, de que los individuos sean conscientes de los sesgos y las limitaciones de los medios, para que puedan interpretarlos de manera crítica.

Esta disciplina también se refiere a la integración de la educación y la comunicación como un enfoque pedagógico. Es un campo que busca utilizar los medios de comunicación y las tecnologías de la información para facilitar el proceso de enseñanza y aprendizaje. De acuerdo con (Fernández, 2022):

Es un apartado que fusiona de manera simultánea los aspectos teóricos y prácticos de dos disciplinas previamente separadas: la educomunicación y la comunicación. Se le conoce de diversas maneras, como educación mediática, didáctica de medios, alfabetización mediática o formación en medios en diferentes regiones, incluyendo Iberoamérica y el mundo anglosajón (pág. 14).

A través de este enfoque, las personas pueden desarrollar habilidades de alfabetización mediática, aprender a analizar y evaluar la información que reciben, y así, convertirse en productores de contenido informado y responsable.

Esta práctica solo puede entenderse dentro de un marco de transformación cultural revolucionaria, dialógica, constante, dialéctica, global e interactiva. En la educación popular, este enfoque se vuelve completamente efectivo cuando hay un trabajo mutuo entre emisores y receptores. De acuerdo con (Silva & Torres, 2013):

Es un enfoque interdisciplinario que se basa en la colaboración y la integración de diversas disciplinas, con el propósito de promover la educación y la comunicación de una manera más efectiva y liberadora. Se buscan puntos de encuentro entre la pedagogía, las ciencias de la comunicación, la lingüística, la semiótica, la teoría de la comunicación, la antropología, el psicoanálisis, con la meta de desarrollar un lenguaje común y un marco teórico que permita comprender y abordar la educación y la comunicación desde una perspectiva integral (pág. 109).

En tal sentido, se destaca la finalidad de la educomunicación, esta se centra en la creación de estrategias y prácticas que fomenten el diálogo, la interculturalidad, la construcción del conocimiento, y la emancipación individual y social.

La educomunicación busca utilizar la comunicación y los medios como herramientas para alcanzar una variedad de objetivos educativos y sociales. Según (Chávez & Rodríguez, 2021):

En la educación virtual es un conjunto de acciones que promueven el dialogo, la participación, la colaboración, el reconocimiento como prosumidores, el análisis crítico y la libertad de expresión. Estos aspectos se consideran clave para la calidad de los postgrados virtuales. El estudiante es un prosumidor, es decir, es un productor y consumidor de conocimiento. Por ello, es importante que el estudiante tenga la oportunidad de participar activamente en el proceso de aprendizaje (pág. 395).

Así pues, se hace énfasis en la importancia de empoderar a los estudiantes en la educación virtual, alentándolos a ser más participativos, críticos y colaborativos, y

reconociéndolos como agentes activos en la creación y consumo de conocimiento. Estos aspectos se consideran fundamentales para garantizar la calidad dentro del ámbito educativo.

Definición de los contenidos multimedia

Se entiende por contenidos multimedia a cualquier tipo de contenido que combine dos o más medios de comunicación, como texto e imágenes. Pueden ser utilizados para transmitir información, educar, entretener o crear experiencias educativas. Para (Rajas y otros, 2022):

Los contenidos multimedia son formatos que incluyen imágenes, sonidos, videos y otros elementos interactivos que se utilizan para la enseñanza de una ciencia. Dichos contenidos pueden ser consumidos por alumnos, profesores y la comunidad en general. Y se pueden integrar en metodologías docentes innovadoras como la clase invertida o el aprendizaje basado en proyectos (pág.17).

En definitiva, se interpreta que los contenidos multimedia poseen una serie de ventajas sobre los contenidos unimodales, como el texto o el vídeo. Dichas herramientas pueden ser más atractivas ya que ofrecen una experiencia más completa al usuario, añadiendo el factor de que son interactivos, lo que permite una participación más activa.

La multimedia y sus instrumentos son atractivos y efectivos para el aprendizaje porque utilizan una combinación de lenguajes y códigos comunicativos. Como menciona (Ortiz, 2020):

Las herramientas multimedia son recursos didácticos que se caracterizan por su versatilidad y capacidad para facilitar el aprendizaje. Se utilizan en diferentes áreas y niveles educativos, con el objetivo de mejorar la labor pedagógica y ayudar a las personas a desarrollar habilidades y capacidades cognitivas superiores, sin embargo, es importante destacar que las herramientas multimedia deben utilizarse de forma adecuada y complementaria a otros recursos. (pág. 9).

Interpretándose en que los contenidos multimedia pueden adaptarse a las necesidades y preferencias de los usuarios, lo que los hace más relevantes y útiles.

Los contenidos multimedia son ampliamente utilizados en diferentes contextos, como el entretenimiento, la educación, la publicidad y la comunicación. Permiten transmitir información de manera más efectiva y atractiva, ya que combinan diferentes elementos visuales y auditivos. Para (Gisbert & Esteve, 2011):

A pesar del auge de servicios digitales para la interacción social, se observa un aumento en el aislamiento físico. Las actividades digitales consumen más tiempo, a menudo a expensas del descanso. La inmediatez y la comunicación rápida se consideran normales en las interacciones personales (pág. 51).

Este apartado resalta una paradoja en la era digital: a pesar de la creciente interacción en línea, existe un aumento en el aislamiento físico, y las actividades digitales pueden estar consumiendo más tiempo, también se señala que la inmediatez en la comunicación se ha convertido en una norma muy importante en las relaciones personales.

Los contenidos multimedia pueden ser creados y editados utilizando diferentes herramientas y software, como editores de imágenes, programas de edición de video y software de diseño gráfico. Además, se pueden compartir y distribuir a través de plataformas online, redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles. Según (Tipantuña, 2019):

Las creaciones multimedia se caracterizan por su minuciosa atención al detalle y la utilización de recursos expresivos avanzados para facilitar la comprensión del contenido. Para atraer y mantener el interés del receptor, incorporan elementos impactantes como sonidos o efectos en momentos apropiados. Además, emplean sistemas de navegación sofisticados para mejorar la organización de la información. (pág. 35).

Por ello, cuando la presentación multimedia permite la participación del usuario al controlar la secuencia, velocidad y otros aspectos del contenido, o presenta cuestionamientos y opciones que alteran su desarrollo, esto se conoce como multimedia interactiva.

2.2. Fundamentación teórica y Conceptual.

1. Estrategias de comunicación

Las estrategias de comunicación son un conjunto de acciones y herramientas que se utilizan para lograr un objetivo comunitario. Esto se planifica y ejecuta de forma sistemática, con el objetivo de alcanzar los objetivos de comunicación de una organización, un individuo o un grupo, de acuerdo con (Sebastián y otros, 2020):

Una estrategia comunicativa es un producto o documento escrito que deriva del briefing, debe responder a las preguntas: que decir, como decirlo y a quien decírselo. Eligiendo los medios adecuados para llegar a un público objetivo (target), es decir, definir con claridad quienes somos y que ofrecemos de manera distinta, clara y persuasiva (pág. 252).

Por ende, estas estrategias pueden utilizarse en una amplia gama de contextos, como el marketing, la publicidad, las relaciones públicas, la educación, la política y la sociedad civil.

Este tipo de contenidos suelen tener varios objetivos, como los de transmitir información a un público determinado, y al mismo tiempo convencerlo y persuadirlo, quedándose así, en la memoria del individuo. Para (González C. , 2019) destaca que:

La estrategia de comunicación tiene como misión principal que una marca se diferencie de sus competidores y mantenga su imagen positiva a largo plazo. Para ello, es necesario crear un atributo de valor diferencial que sea percibido, valorado y recordado por los consumidores. Las marcas no son solo un logotipo, sino un conjunto de valores y experiencias que se asocian a un producto o servicio (pág. 8).

Añadiendo que, en un mundo cada vez más globalizado y digital, la comunicación es más importante que nunca, los grupos u organizaciones que no tengan una estrategia de comunicación efectiva estarán en desventaja frente a sus competidores.

Estas estrategias son fundamentales para establecer una comunicación efectiva y significativa, ya que reconoce y valora las diferencias individuales y se esfuerza por transmitir el mensaje de la manera más clara y relevante posible. Uno de los pasos a seguir para el correcto desempeño de una estrategia comunicacional es la fase de investigación.

(Capriotti y otros, 2019) Mencionan que:

La fase de investigación, centrada en recopilar y analizar datos para evaluar la situación, precede a la etapa de planificación, donde se definen los objetivos, estrategias y acciones para el programa. Y, por último, la fase de ejecución, esta se completa con una evaluación para comparar objetivos y resultados, permitiendo lecciones y mejoras en el proceso de toma de decisiones (pág. 23).

En este contexto, con todo este proceso a seguir, la adaptabilidad también implica reconocer que cada persona o grupo tiene diferentes estilos de comunicación, niveles de conocimiento y comprensión, y preferencias en cuanto a los canales y formatos de comunicación. Por lo tanto, es importante adaptar el mensaje y la forma de transmitirlo para lograr una comunicación efectiva.

Las estrategias comunicativas son importantes porque facilitan la comunicación en una variedad de contextos y contribuyen a evitar malentendidos, resolver conflictos, persuadir, negociar y lograr objetivos personales y profesionales. Según (Cruz y otros, 2021) destacan que:

La planificación estratégica de la comunicación puede ser una forma de fomentar la discusión y la participación en la práctica social. Además, un objetivo de una estrategia comunicativa implica planificar acciones racionalmente relacionadas para lograr un objetivo a mediano o largo plazo (pág. 114).

Además, siempre se planifica estratégicamente con una meta que alcanzar. Las estrategias de comunicación comunitarias deben partir de un modelo participativo. Son una habilidad fundamental en la cotidianidad y en el ámbito social y laboral.

2. Competencia comunicativa

La competencia comunicativa es la capacidad de una persona para comunicarse de forma adecuada y eficaz en una determinada comunidad de habla. Según (Valdés, 2020) menciona que:

La competencia comunicativa es la habilidad que tienen las personas para comprender y producir mensajes, tanto orales como escritos. Es esencial para el éxito en la vida y se ha vuelto más importante en la era digital. Sin embargo, muchos individuos carecen de esta competencia, lo que puede dificultar ciertas actividades en la vida social o laboral (pág. 127).

Aunado a esto, también se implica el dominio de las habilidades lingüísticas, la capacidad de comprender y responder a los mensajes de forma efectiva, y el conocimiento de las reglas sociales que rigen la comunicación.

Dicho componente se complementa como una habilidad esencial para la vida cotidiana. Nos permite participar en la sociedad, expresarnos de forma efectiva y construir relaciones con los demás. De acuerdo con (Herrera & Pérez, 2021) sostienen que:

Son los saberes sobre los procesos de comunicación y los sistemas lingüísticos, los cuales son fundamentales para práctica docente de lenguas. Estos saberes permiten a las personas comprender como se produce la comunicación y cómo funciona el lenguaje, lo que le facilita la definición de los objetivos y contenidos de la enseñanza (pág. 5).

Este apartado enfatiza en la importancia de los saberes lingüísticos y comunicativos para un proceso de aprendizaje, también destaca el hecho de que dichos saberes deben ser orientados al aprendizaje comunicativo, social y cultural de las personas.

Con competencia comunicativa nos referimos a la habilidad de una persona para comunicarse efectivamente en un idioma o en un contexto de comunicación específico. Implica mucho más que simplemente conocer la gramática y el vocabulario de un idioma. De acuerdo con (Escobedo & Tobón, 2019):

Las competencias comunicativas desempeñan un papel fundamental en el proceso educativo, especialmente en el aprendizaje de un idioma como el inglés como lengua extranjera. Estas habilidades van más allá de la mera adquisición de conocimientos gramaticales y vocabulario, ya que abarcan la capacidad de comprender y expresarse de manera efectiva en situaciones diversas (pág. 102).

Al respecto, esta práctica es esencial en la vida cotidiana y en contextos profesionales. No se limita solo al dominio de un idioma, sino que también se refiere a la capacidad de

comunicarse de manera eficaz y comprensible en diversas situaciones y con diferentes audiencias.

3. Comunicación efectiva

La comunicación efectiva es el proceso de compartir información de forma clara, concisa y relevante, de modo que el receptor comprenda el mensaje del emisor. Implica la capacidad de escuchar, hablar, leer y escribir de forma eficaz. Para (Preciado y otros, 2021):

El comunicador interno es el responsable de garantizar la comunicación efectiva entre los miembros de una organización, las áreas y los diferentes niveles de mando. Para ello, debe seguir un proceso integral que consta de cuatro pasos: diagnóstico, planificación, ejecución y seguimiento. Este proceso es continuo y debe adaptarse a los cambios de la organización (pág. 22).

En tal sentido, la efectividad en la comunicación es una habilidad esencial para la vida cotidiana. Nos permite participar como ciudadanos, expresarnos y construir relaciones mutuas con nuestros semejantes.

Se define como una habilidad que se puede aprender y mejorar con la práctica, además de que se puede desarrollar a través de la educación y la exposición a diferentes contextos educativos. (Aguirre y otros, 2019) Enfatizan en que:

La comunicación efectiva dentro de las organizaciones es esencial para el éxito. La comunicación eficaz no solo implica transmitir información, sino también que esta sea recibida e interpretada de la forma correcta. La falta de esta acción eficazmente puede generar malentendidos, confusión y un clima organizativo tenso y poco productivo (pág. 36).

No obstante, más allá del mundo laboral u organizativo, la comunicación es la base de toda relación humana. Cuando podemos comunicarnos de forma efectiva, compartimos nuestros pensamientos, sentimientos y experiencias con los demás. Esto nos permite construir relaciones fuertes y significativas, convirtiéndola en una herramienta valiosa para la resolución de conflictos.

La comunicación efectiva es un desafío en entornos virtuales. En ausencia de comunicación cara a cara, los participantes dependen en gran medida de la escritura, el lenguaje visual y la interacción a través de medios digitales. (Duarte y otros, 2019) enfatizan que:

En futuras investigaciones en el ámbito educativo en la modalidad a distancia, es esencial enfocarse en el desarrollo e implementación de procesos instruccionales previamente planificados. Esto implica que los docentes deben priorizar la

comunicación efectiva y el proceso de aprendizaje, empleando estrategias de enseñanza diseñadas específicamente para motivar a los estudiantes en entornos virtuales (pág. 596).

En ese mismo contexto, La flexibilidad y la adaptación a las necesidades de mantener una comunicación constante y clara, que contextualice el aprendizaje y mantenga el interés de los alumnos en el contenido del curso.

4. Creación de contenidos multimedia

La creación de contenidos multimedia es el proceso de combinar diferentes tipos de medios, como textos, imágenes, etc., para crear un mensaje o una experiencia. (Erta & Vaquero, 2023) mencionan que:

Entre los herramientas y recursos requeridos para la producción de objetos educativos Transmedia (OET) aparecen programas informáticos de realidad virtual y de diseño de videojuegos, así como aplicaciones de creación digital y de producción con plataformas mediáticas. Además, que no se excluyen materiales analógicos ni actividades presenciales, lo que puede ser importante para la implicación de ciertos grupos en riesgo social o de vulnerabilidad (pág. 68).

Complementando con lo anterior mencionado, este tipo de contenidos pueden utilizarse para una variedad de propósitos, como la educación, el entretenimiento, la publicidad o la comunicación.

Las personas que pueden crear contenidos multimedia son cada vez más demandadas en el mercado laboral. Estas habilidades son esenciales para una variedad de carreras, como el marketing, la educación, el periodismo y el diseño. Para (Inés & Gutiérrez, 2022):

La creación de contenidos multimedia es un proceso de combinación de muchos componentes, se busca crear un formato atractivo y fácil de comprender, es una habilidad digital importante, ya que permiten a las personas comunicar sus ideas de forma creativa. En el contexto de la educación universitaria, la creación de contenidos multimedia es una herramienta clave para desarrollar la competencia digital del alumnado (pág. 90).

Por ende, esta acción de desarrollar contenidos se convierte en un instrumento valioso para la comunidad universitaria, ya que permite que los estudiantes desarrollen habilidades dentro del entorno digital, practicar su creatividad y comunicar sus pensamientos de forma eficaz.

Existe una amplia gama de recursos que pueden ser muy beneficiosos para la enseñanza en el ámbito de la creación de contenidos digitales. Sin embargo, debemos usar

este tipo de herramientas de manera consciente y planificada es fundamental para el proceso de creación de contenidos, de acuerdo con (Rivera y otros, 2018):

La creación de contenidos multimedia se refiere al proceso de producir y compartir información de manera digital, utilizando diversos medios como texto, imágenes, audio y video, de manera interconectada y social en entornos tecnológicos, como la web 2.0. Esta actividad implica la combinación de elementos visuales y auditivos para transmitir mensajes, ideas o experiencias de manera efectiva y atractiva (pág. 83).

Así pues, debemos tener claro en todo momento lo que vamos a generar y alcanzar y a qué tipo de audiencia nos dirigimos. No podemos olvidar que debemos evaluar si hemos logrado nuestros objetivos de enseñanza con las herramientas utilizadas.

Es esencial que los creadores de contenidos multimedia sean conscientes de la importancia de la ética y la calidad en la información que producen, ya que forman parte de la alfabetización mediática necesaria en la sociedad del siglo XXI. Para (Jiménez, 2021):

Estos contenidos multimedia están diseñados para ser visuales e interactivos, lo que los hace especialmente adecuados para involucrar y captar la atención de audiencias, en particular, aquellas generaciones más jóvenes y tecnológicamente conectadas, como la Gen Viz o los centennials (pág. 196).

En síntesis, la creación de estos instrumentos busca aprovechar la preferencia de lo visual y lo interactivo para mejorar el proceso de enseñanza y divulgación, motivando el aprendizaje en un entorno donde la exposición constante a estímulos visuales y digitales es la norma.

5. Alfabetización mediática

La alfabetización mediática es la capacidad de acceder, analizar y evaluar los mensajes de los medios de comunicación, así como crear, reflexionar y actuar, utilizando el poder de la transmisión de información para marcar una diferencia en la sociedad. Para (Garro, 2020) define que:

La alfabetización mediática e informacional es un concepto que abarca un conjunto de habilidades y conocimientos que permiten a las personas comprender y evaluar la información que reciben a través de los medios. Es un derecho fundamental que nos ayuda a tomar decisiones informadas sobre la realidad mediática y social (pág. 504).

Agregando a lo acotado anteriormente, la alfabetización mediática e informacional (AMI) es un concepto que comprende varias cualidades, desde la capacidad de usar las TIC hasta la habilidad de entender y analizar la información que se recibe a través de los medios.

La alfabetización es importante y más en la presente era digital, porque los medios de comunicación juegan un papel cada vez más importantes en nuestras vidas. Nos proporcionan información, entretenimiento y nos influyen en nuestras opiniones y comportamientos. De acuerdo con (Arcila y otros, 2022):

Es la capacidad de comprender y evaluar la información que se recibe a través de los medios. Implica ser capaz de analizar los mensajes, reconocer los sesgos y estereotipos, y distinguir entre información veraz y falsa. Va más allá de la simple habilidad de usar los medios, es un derecho humano básico que permite a las personas participar en la sociedad (pág. 228).

En suma, la alfabetización mediática es una competencia esencial para el siglo XXI. Es importante que todos aprendamos a comprender y utilizar los medios de comunicación de forma crítica para tomar decisiones informadas y participar en la sociedad de manera activa.

Esta habilidad se puede aprender a cualquier edad. Hay muchos recursos disponibles para ayudar a las personas a desarrollar sus habilidades de alfabetización mediática, como libros, sitios web, cursos y talleres. (González E. , 2019) menciona que:

La alfabetización mediática e informacional es un concepto que ha evolucionado con el tiempo, adaptándose a los cambios tecnológicos. El desarrollo de la web social o 2.0 ha sido uno de los principales factores que han impulsado esta evolución. La AMI tradicional se centraba en las habilidades básicas de leer y escribir, pero la web social ha introducido nuevas formas de comunicación y colaboración. Por ello, la AMI moderna deber ser “digital y multimediática” (pág. 34).

Por ende, esto significa que las personas deben ser capaces de usar tecnologías digitales para acceder, evaluar, analizar y crear y compartir información.

Vivimos en una era en la que los medios de comunicación tienen un papel fundamental en la forma en que obtenemos información y nos comunicamos. La capacidad de comprender y evaluar críticamente la información que recibimos a través de los medios es esencial para tomar decisiones informadas y evitar la propaganda de noticias falsas o desinformación. Según (García & Sánchez, 2023):

En la actualidad, la información y la comunicación son omnipresentes y están en constante cambio. Las redes sociales se han convertido en un importante canal de difusión de información, pero también son un conglomerado para la propaganda de bulos y noticias falsas (pág. 121).

Entonces, para evitar caer en la desinformación, es vital ser un lector crítico. Esto implica verificar la información con fuentes confiables, analizar el contexto del mensaje y ser consciente de los sesgos y estereotipos.

6. Uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC)

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son un conjunto de herramientas que permiten a las personas acceder, procesar y compartir información de forma rápida y eficiente. Estas herramientas están transformando la forma en que vivimos, trabajamos, aprendemos y nos relacionamos. De acuerdo con (Sánchez y otros, 2021):

La TICs se refieren a un conjunto diverso de herramientas y dispositivos digitales que incluyen software, hardware y redes de comunicación, utilizados tanto por docentes como estudiantes, que tienen el potencial de transformar y enriquecer los procesos académicos. Aunque existe una alta disposición hacia su adopción en el ámbito universitario, la falta de búsqueda de asesoría y la preferencia por herramientas tradicionales como PowerPoint, Word y correo electrónico sugieren una reticencia a explorar su pleno potencial (pág. 125).

Acotando a lo mencionado, superara esta brecha de confianza y considerar la calidad de la educación virtual y semipresencial desde una perspectiva más amplia son elementos clave para lograr una pedagogía flexible y efectiva en la era de las TIC.

El uso creciente de las TICs, en particular a través de internet, ha transformado numerosos aspectos de la vida, incluida a la educación, ofreciendo oportunidades para mejorar y reinventar los procesos de enseñanza y aprendizaje. Para (Sánchez y otros, 2019):

Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) engloban herramientas que se caracterizan por su interactividad, innovación, calidad en imagen y sonido, digitalización e interconexión. Su presencia en la sociedad moderna ha dado lugar a un mundo de información masiva, interacción comunitaria, comercio electrónico, investigaciones y avances científicos (pág. 278).

En tal sentido, las TIC son una parte integral de nuestra vida moderna, y su impacto seguirá creciendo en los años venideros. Es importante que aprendamos a utilizarlas de forma responsable y segura para aprovechar su potencial y mitigar sus riesgos.

Las tecnologías de la información y la comunicación, se consideran un medio fundamental en la sociedad actual, pero su integración debe centrarse en servir a las personas en lugar de dominarlas. (Belandria, 2019) menciona que:

La alfabetización tecnológica implica comprender conceptos emergentes como la sociedad de la comunicación e información, los trabajadores del conocimiento, la

infoxicación, los analfabetos tecnológicos, los trabajadores colaborativos, el informacionalismo, la inteligencia artificial, teletrabajo, entre otros, con el propósito de estar cada vez más inmersos en el mundo de la tecnología y así empezar a comprender de mejor manera su funcionamiento (pág. 24).

Además, la investigación y análisis de estas cuestiones son fundamentales para adaptarse a la constante evolución tecnológica y sus implicaciones en los valores y la dinámica social.

Estas herramientas se centran en los campos de la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones para dar paso a la creación de nuevas formas de comunicación. (Riquelme, 2022) destaca que:

Las técnicas de la información y la comunicación (TIC) en el contexto universitario se refieren a tecnologías asociadas a la informática y dispositivos tecnológicos que facilitan la gestión de información y la comunicación, desempeñando un papel fundamental en los procesos de enseñanza-aprendizaje. La UNESCO enfatiza que tanto docentes como estudiantes deben tener acceso a la tecnología, contenido educativo significativo y competencias pedagógicas para aprovechar su potencial (pág. 46).

Así pues, gracias a la creación de herramientas tecnológicas que brindan ventajas a la sociedad, las TICs han desarrollado un papel importante en la relación enseñanza-aprendizaje en el ámbito educativo. Con la ayuda de diversos softwares y programas que fomentan una preparación basada en la creatividad e innovación, general dinamismo en las nuevas formas de comunicación y acceso a la información.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación

Investigación básica

La investigación básica, también conocida como investigación fundamental, es un tipo de estudio que se realiza con el objetivo principal de ampliar el conocimiento y comprensión de un fenómeno, sin aplicaciones prácticas inmediatas. Como menciona (Nicomedes, 2018):

Es considerada una investigación de segundo nivel y de carácter inicial, se enfoca en recopilar datos sobre características y dimensiones de personas, agentes e instituciones en contextos sociales. Se centra en responder preguntas acerca de la

situación actual de los sujetos de estudio y también se orienta hacia la comprensión de como son los objetos estudiados y las relaciones que existe entre ellos (pág. 2).

Por lo tanto, el desarrollo de esta investigación se centra en la generación de teorías, principios o conceptos, y no tiene como objetivo resolver problemas prácticos o aplicar directamente los resultados a situaciones concretas.

La elección de utilizar este modelo de investigación se fundamenta en la necesidad de comprender en profundidad la influencia educativa de los medios digitales, específicamente en el caso de Visión Mágica en la plataforma de Facebook. Dado que el objetivo es explorar la complejidad de los significados y percepciones de los consumidores, así como evaluar la calidad y pertinencia de los contenidos digitales, la investigación mixta se presenta como el enfoque más apropiado puesto que brindará una visión enriquecedora y contextualizada de como los medios digitales impactan en la educación y la conciencia crítica de la sociedad, lo que es fundamental para los objetivos de este proyecto.

Diseño de investigación descriptiva

Un diseño de investigación descriptivo es un enfoque metodológico que se utiliza para recopilar, analizar y presentar información de manera detallada y objetiva sobre un fenómeno o situación específica. Su principal objetivo es describir las características, propiedades y aspectos relevantes de un tema de estudio sin manipularlo ni intentar establecer relaciones causales. Para (Arias & Covinos, 2021):

La investigación descriptiva se centra en especificar las propiedades, características y perfiles de grupos, comunidades u objetos de estudio, sin la intención de manipular variables o establecer relaciones causa-efecto. Su objetivo principal es observar, describir y fundamentar varios aspectos de un fenómeno, ofreciendo una visión detallada de la realidad. Si bien no busca explícitamente la predicción, en algunos casos puede proporcionar una base teórica sólida para formular hipótesis rudimentarias (pág. 71).

Por ende, se optará por la utilización de una investigación descriptiva en este proyecto debido a su capacidad para proporcionar una comprensión detallada y precisa de la influencia educativa de los medios digitales, en particular en el caso de Visión Mágica en Facebook. Dado el creciente impacto de los medios digitales en la sociedad actual, es esencial analizar de manera sistemática y exhaustiva la calidad, pertinencia y efectividad de los contenidos digitales para entender su influencia en la formación de conocimientos, actitudes y valores. Esta investigación permitirá recopilar datos concretos que ayudarán a identificar las

fortalezas y debilidades de este medio digital, lo que es fundamental para futuras mejoras en estrategias de comunicación y educación.

Investigación con enfoque mixto

En una investigación mixta, se recopilan y analizan datos cuantitativos y cualitativos de manera simultánea o secuencial. Esto implica la aplicación de métodos y técnicas como encuestas y análisis estadísticos. La combinación de ambos enfoques permite abordar preguntas de investigación desde diferentes perspectivas, proporcionando una comprensión más profunda del fenómeno en estudio. Para (Otero, 2018):

No busca reemplazar la investigación cuantitativa o cualitativa, sino combinar sus fortalezas y minimizar debilidades. Con diseños concurrentes, secuenciales, de conversión o integración, busca abordar problemas desde distintas perspectivas, empleando la triangulación propuesta por Jick (1979). Este enfoque implica un proceso sistemático y crítico que fusiona la objetividad cuantitativa con la subjetividad cualitativa para ofrecer respuestas más holísticas a problemas humanos (pág. 20).

En tal sentido, este tipo de investigación es especialmente útil cuando se desea realizar un análisis más completo y comprensivo, abordando tanto la dimensión cuantitativa como cualitativa de un problema de investigación, este enfoque puede ser aplicado en diversas disciplinas, como las ciencias sociales, educación, psicología, salud, entre otras.

Este enfoque brindará una visión completa de la calidad, pertinencia y efectividad de los contenidos multimedia, lo que es fundamental para mejorar estrategias de comunicación y promover una educación más significativa y crítica a través de los medios digitales. Esta aproximación resulta especialmente relevante en un contexto donde la educomunicación y la comprensión de la influencia educativa de los medios digitales son cruciales para el desarrollo de la sociedad y la formación de individuos informados y críticos.

3.2. Alcance de la investigación.

La investigación propuesta tiene un alcance significativo en la comprensión y optimización de la influencia educativa de los medios digitales, específicamente en la plataforma Facebook a través del análisis de contenidos de Visión Mágica. Al enfocarse en la calidad, pertinencia y efectividad de la información transmitida, se ofrece una oportunidad única para evaluar cómo estos medios impactan en la formación de conocimientos, actitudes y valores en la sociedad actual. Este estudio no solo contribuirá en el campo de la educomunicación, sino que también proporcionará a los medios digitales y profesionales de

la educación valiosos hallazgos que podrán utilizar para mejorar estrategias comunicativas, promoviendo así una educación más significativa y crítica a través de los medios.

Además, el proyecto no se limita solo a la esfera académica, sino que su alcance se extiende a diversos grupos de beneficiarios, los medios digitales, como Visión Mágica, obtendrán información sobre la influencia educativa de sus contenidos, permitiéndoles ajustar y mejorar su propuesta comunicativa en las plataformas digitales. Los profesionales de la educación se beneficiarán al acceder a datos que les ayudarán a comprender mejor la influencia de estos medios en la formación de conocimientos y valores de los consumidores.

Finalmente, los consumidores de estos medios serán beneficiarios indirectos, ya que la investigación fomentará un mayor entendimiento sobre la calidad de los contenidos consumidos, promoviendo así una mayor conciencia crítica en la interacción con la información en las redes sociales.

3.3. Operacionalización de las variables

La presente tabla titulada “matriz de operacionalización de variables” se encuentra planteada y desarrollada en anexos, con el nombre “Anexo 1”

3.4. Población, muestra y periodo de estudio.

Población

La población se refiere al conjunto completo de elementos o individuos que cumplen con ciertas características o criterios específicos y que son objeto de estudio en una investigación, de acuerdo con (López, 2004):

Se refiere al conjunto de personas, objetos o elementos que constituyen el enfoque de estudio. Esta población puede abarcar una amplia gama de entidades, como individuos, animales, registros médicos, eventos, o incluso obras culturales como artículos de prensa, películas, novelas y más. Representa la totalidad del grupo que se desea investigar (pág. 69).

Para contextualizar, la población representa la totalidad de lo que se desea investigar, abarcando desde grupos de sujetos hasta elementos abstractos o registros con características comunes.

Bajo esta argumentación, en esta investigación, la población comprende a los 7000 seguidores (hasta noviembre del 2023) del medio digital Visión Mágica en su plataforma de Facebook. Estos seguidores constituyen una audiencia diversa y representativa de la comunidad virtual que se involucra con los contenidos educativos y multimedia proporcionados por dicho medio. La variada composición de esta población ofrece una riqueza de perspectivas y experiencias que serán cruciales para obtener resultados significativos sobre la influencia educativa de los medios digitales.

Para la selección de la muestra, se empleará la fórmula de muestreo simple por conveniencia, considerando la accesibilidad y la practicidad como criterios clave. Dado que el objetivo de la investigación se centra en analizar la educomunicación y los contenidos multimedia de Visión Mágica, se optará por una muestra que facilite un acceso directo a los seguidores, garantizando así una participación activa y representativa. Esta metodología de muestreo permitirá obtener datos relevantes para abordar los objetivos de la investigación de manera eficiente, considerando la naturaleza específica de la población y maximizando la viabilidad logística del estudio.

Muestra

Con el término de muestra hacemos énfasis al subconjunto de la población que se elige para ser estudiado en lugar de investigar a toda la población. Debido a menudo a limitaciones de recursos, tiempo y costo, es impracticable o imposible estudiar a toda la población. Para (Otzen & Manterola, 2017) sostienen que:

En una investigación, es un subconjunto de sujetos o elementos que se selecciona de manera cuidadosa y representativa de la población accesible, que a su vez está vinculada a la población blanco o total de interés en el estudio. La representatividad de la muestra es esencial, ya que permite extrapolar los resultados observados en la muestra a la población total (pág. 227).

Por ende, la muestra debe ser seleccionada de manera precisa y representativa acorde a las características y la diversidad de la población. Además, el tamaño debe ser adecuado para proporcionar estimaciones numéricas precisas en relación con las variables en estudio en la población. La elección de una muestra representativa y el cálculo adecuado de su tamaño son fundamentales para lograr la generalización de los resultados de la investigación. Para lograr la generalización de los resultados de la investigación, la muestra considerada es de 384.

Muestreo probabilístico

Una muestra probabilística es un subconjunto de una población en la que cada elemento individual de ese conjunto tiene una probabilidad conocida de ser seleccionado para formar parte de una muestra. Es decir, cada unidad dentro de la población tiene una oportunidad igual de ser incluida. De acuerdo con (Hernández y otros, 2014|):

Las muestras probabilísticas ofrecen ventajas significativas al permitir medir el tamaño del error en las predicciones, con el objetivo de minimizar este error estándar. Son esenciales en diseños de investigación transeccionales, como encuestas de opinión, donde se busca hacer estimaciones de variables en la población (pág. 177).

Así pues, la principal ventaja de las muestras probabilísticas es que permiten realizar inferencias estadísticas sólidas y generacionales precisas sobre la población completa a partir de los datos recopilados en la muestra.

Mediante la aplicación de la fórmula de muestreo probabilístico, se determinó que una muestra representativa para este estudio de 384 individuos, seleccionados de la población de 7000 seguidores de Visión Mágica en Facebook. Esta cifra se obtuvo considerando la viabilidad logística, la accesibilidad y la representatividad necesaria para alcanzar los objetivos de la investigación.

Fórmula aplicada: $n = (Z^2 * p * q) / E^2$

$$N = (1,96^2 * 0.50 * 0.50) / 0.05^2$$

$$N = (3.84 * 0.50 * 0.50) / 0.0025$$

$$N = (0.96) / 0.0025$$

$$N = 384$$

Estos 384 individuos constituirán la muestra sobre la cual se llevarán a cabo las encuestas para recopilar datos significativos sobre la percepción y experiencia de la audiencia en relación con la educomunicación y los contenidos multimedia. La aplicación de encuestas a esta muestra permitirá obtener información detallada y valiosa que contribuirá al análisis de la influencia educativa de Visión Mágica y guiará las conclusiones de la investigación.

Período de estudio

El período de estudio para esta investigación inició desde el 4 de septiembre hasta el 22 de diciembre del presente año 2023. Esta selección de fechas se fundamenta en la necesidad de analizar de manera integral y representativa la influencia educativa de los medios digitales, centrándose específicamente en Visión Mágica. Durante estos casi cuatro meses, se llevarán a cabo las encuestas y análisis pertinentes para evaluar la calidad, relevancia y efectividad de los contenidos multimedia, así como la aplicación de estrategias de educomunicación. Este intervalo de tiempo permitirá capturar variaciones estacionales y eventos relevantes que puedan influir en la percepción y participación de la audiencia, contribuyendo así a una comprensión más completa y actualizada de la dinámica educativa de Visión Mágica en su plataforma de Facebook.

3.5. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.

Encuesta

Una encuesta es una técnica de recopilación de datos en un proyecto de investigación que implica la recopilación sistemática de información a través de preguntas estructuradas. Se utiliza para obtener la opinión, actitudes, creencias, comportamientos u otras características de un grupo específico de personas o de una población en general. (Casas y otros, 2003) sostienen que:

Es una técnica ampliamente utilizada que permite recopilar datos de manera eficaz y rápida, se emplea en numerosas investigaciones para abordar una variedad de temas.

Esta herramienta de recopilación de datos ofrece la ventaja de obtener información de manera masiva y versátil, lo que convierte en un método valioso para investigar una amplia gama de cuestiones al mismo tiempo (pág. 528).

Aunado a esto, las encuestas son una herramienta valiosa en la investigación, ya que permiten recopilar datos cuantitativos de manera eficiente y proporcionan información directa de las opiniones y comportamientos de las personas. Sin embargo, para obtener resultados válidos y confiables, es importante diseñar cuidadosamente las preguntas, seleccionar una muestra representativa y llevar a cabo la encuesta de manera imparcial y ética. En el marco de esta investigación, se empleará la técnica de la encuesta como método de recopilación de datos. Para llevar a cabo este proceso, se diseñará un cuestionario estructurado con una escala de Likert. Dicho instrumento será dirigido a los seguidores activos del perfil de Facebook de Visión Mágica.

Análisis de contenido

El análisis de contenido es una técnica de investigación utilizada para estudiar el contenido de diversas formas de comunicación, como textos, imágenes, videos, entrevistas, documentos, entre otros. Este enfoque se utiliza para comprender y analizar el significado del material recopilado. Como destaca (Andréu, 2002):

Se fundamenta en la examinación (ya sea textual o visual) como medio de recopilación de información. A diferencia de la lectura convencional, esta debe ser sistemática, objetiva, replicable y válida, siguiendo el método científico, el análisis de contenido se distingue por su combinación intrínseca de observación y producción de datos, así como la interpretación o análisis de los mismos, lo que contribuye a su complejidad única (pág. 2).

Para resumir, este tipo de contenidos puede realizarse ya sea de manera manual o con la ayuda de herramientas y software especializados. Es crucial definir claramente los objetivos y los criterios de análisis antes de llevar a cabo el proceso para garantizar la validez y la confiabilidad de los resultados.

Este método de observación proporciona una estructura organizada que facilita la recolección de datos y su posterior análisis, contribuyendo a la objetividad y consistencia en la recopilación de información directa. Para el desarrollo de esta investigación, se implementará una lista de cotejo como herramienta adicional para evaluar y recopilar información importante. Esta lista estará diseñada para analizar aspectos específicos relacionada con la presencia de estrategias de educomunicación y la calidad de los contenidos multimedia en el perfil de Facebook de Visión Mágica.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tabla 1.

En el campo de la educomunicación, las estrategias de comunicación persuasiva, se reflejan en los contenidos multimedia

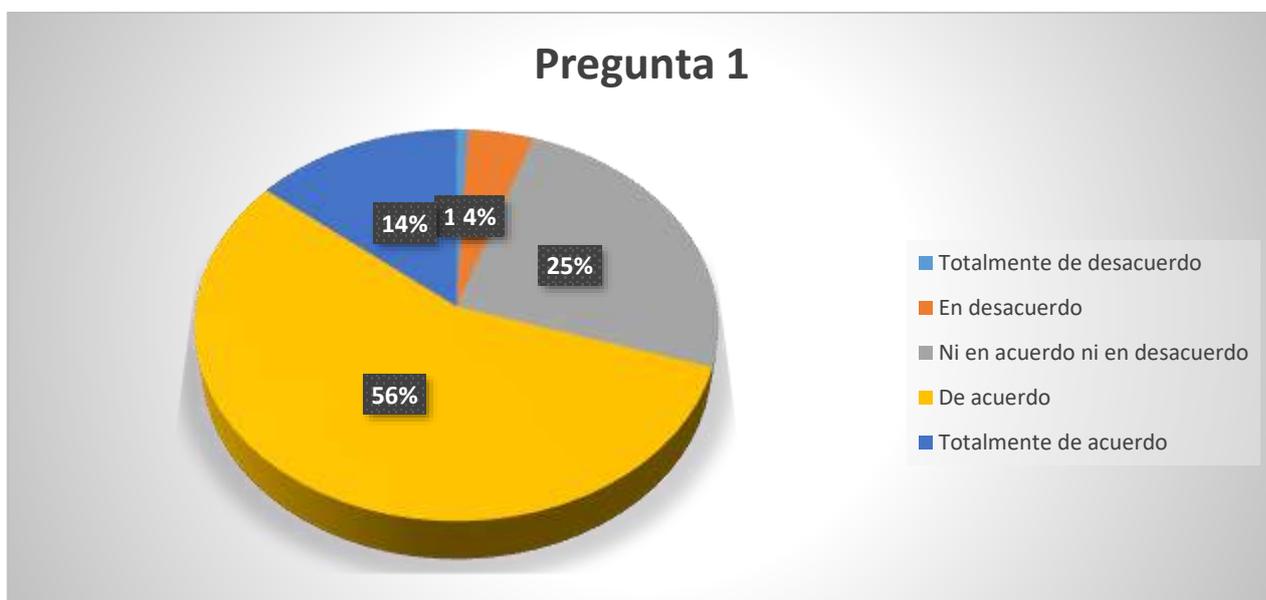
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	1%
En desacuerdo	17	4%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	95	25%
De acuerdo	215	56%
Totalmente de acuerdo	54	14%
Total	384	100%

Fuente: encuesta a los seguidores del portal de Facebook de Visión Mágica

Elaborado por: Bryan Israel Panimboza Perero

Figura 1.

En el campo de la educomunicación, las estrategias de comunicación persuasiva, se reflejan en los contenidos multimedia.



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Bryan Israel Panimboza Perero

Análisis e interpretación:

Los seguidores encuestados del espacio digital Visión Mágica respondieron de la siguiente manera: totalmente de acuerdo (54) que equivale a un 14%; de acuerdo (215) igual al 56%; ni en acuerdo ni en desacuerdo (95) con un porcentaje de 25%; en desacuerdo (17) con un 4% y totalmente en desacuerdo (3) equivalente al 1%. Más del 70% de los encuestados coinciden en que, dentro del campo de la educomunicación, las estrategias de comunicación persuasiva, sí se reflejan en los contenidos multimedia.

Tabla 2.

Las estrategias de comunicación contribuyen a fomentar la participación de la audiencia.

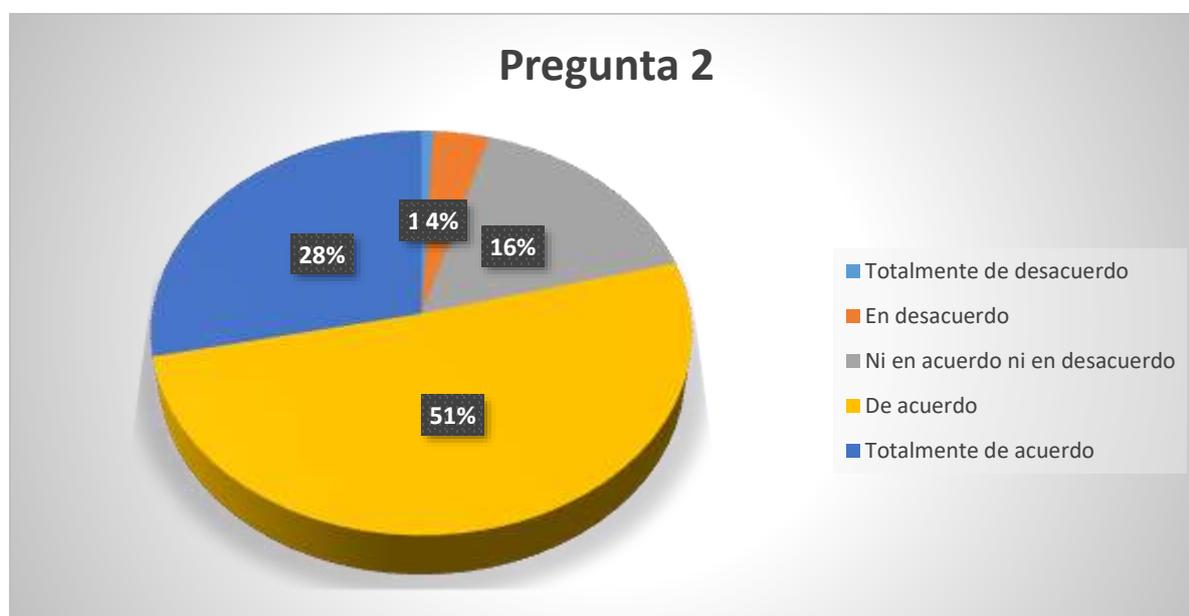
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	1%
En desacuerdo	14	4%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	63	16%
De acuerdo	195	51%
Totalmente de acuerdo	109	28%
Total	384	100%

Fuente: encuesta a los seguidores del portal de Facebook de Visión Mágica

Elaborado por: Bryan Israel Panimboza Perero

Figura 2

Las estrategias de comunicación contribuyen a fomentar la participación de la audiencia.



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Bryan Israel Panimboza Perero

Análisis e interpretación:

Los seguidores encuestados del espacio digital Visión Mágica respondieron de la siguiente manera: totalmente de acuerdo (109) que equivale a un 28%; de acuerdo (195) igual al 51%; ni en acuerdo ni en desacuerdo (63) con un porcentaje de 16%; en desacuerdo (14) con un 4% y totalmente en desacuerdo (3) equivalente al 1%. Gran parte de los encuestados coinciden en que las estrategias si contribuyen a fomentar la participación de la audiencia.

Tabla 3.

Las estrategias de comunicación, permiten el desarrollo de la competencia comunicativa e impactan en la participación interactiva de la audiencia.

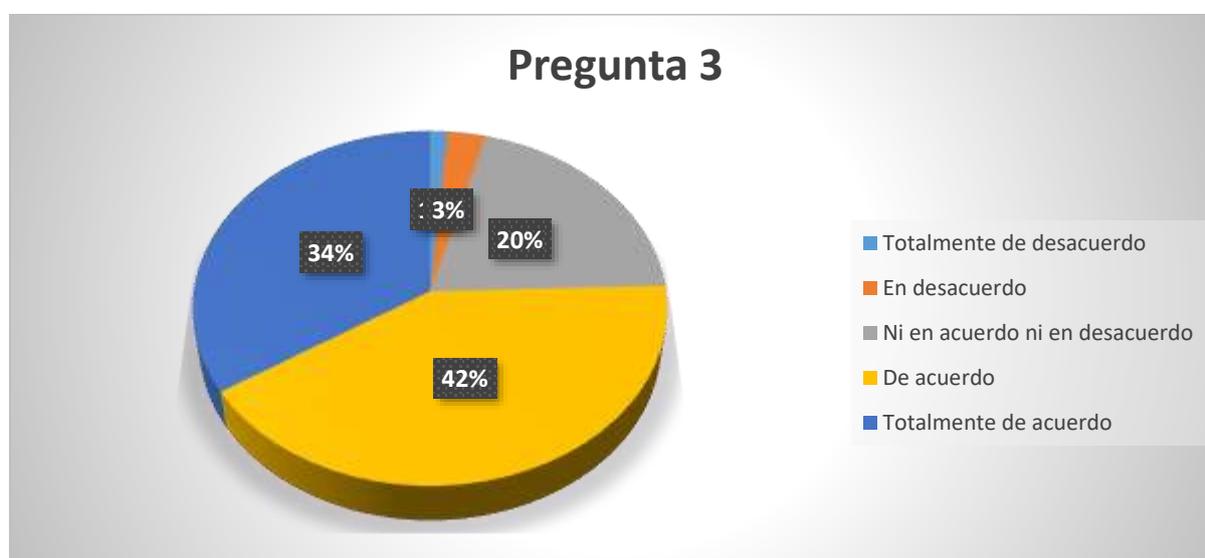
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	1%
En desacuerdo	11	4%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	78	20%
De acuerdo	159	41%
Totalmente de acuerdo	131	34%
Total	384	100%

Fuente: encuesta a los seguidores del portal de Facebook de Visión Mágica

Elaborado por: Bryan Israel Panimboza Perero

Figura 3.

Las estrategias de comunicación, permiten el desarrollo de la competencia comunicativa e impactan en la participación interactiva de la audiencia.



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Bryan Israel Panimboza Perero

Análisis e interpretación:

Los seguidores encuestados del espacio digital Visión Mágica respondieron de la siguiente manera: totalmente de acuerdo (131) que equivale a un 34%; de acuerdo (159) igual al 41%; ni en acuerdo ni en desacuerdo (78) con un porcentaje de 20%; en desacuerdo (11) con un 3% y totalmente en desacuerdo (5) equivalente al 1%. De acuerdo con los encuestados mencionan que las estrategias de comunicación, permiten el desarrollo de la competencia e impactan en la participación interactiva de la audiencia.

Tabla 4.

La educomunicación influye en la claridad y concisión de la comunicación efectiva en los medios digitales.

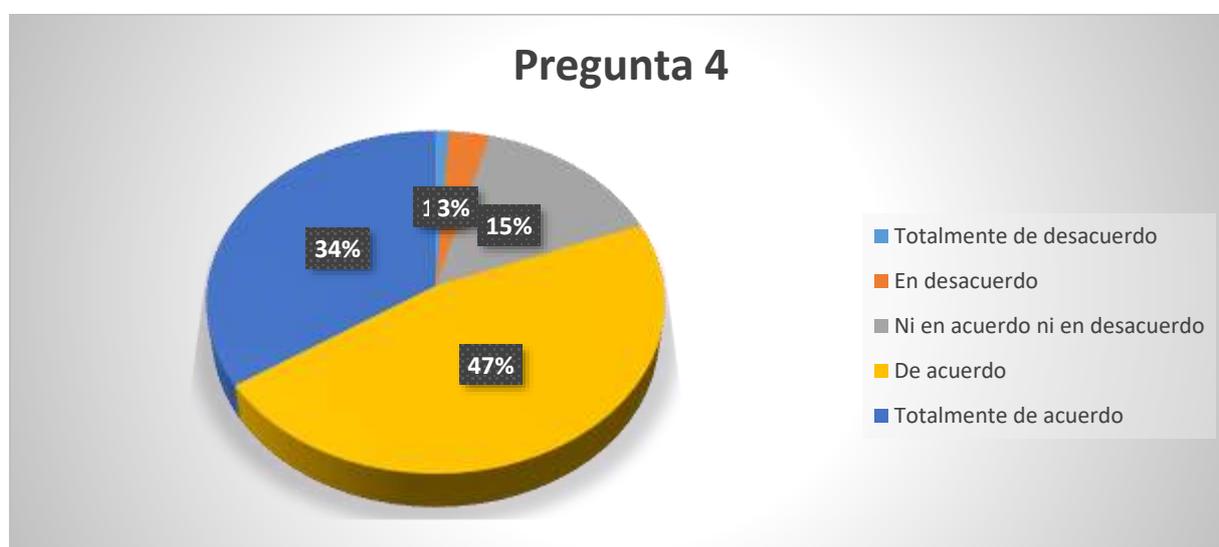
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	1%
En desacuerdo	12	3%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	57	15%
De acuerdo	179	47%
Totalmente de acuerdo	132	34%
Total	384	100%

Fuente: encuesta a los seguidores del portal de Facebook de Visión Mágica

Elaborado por: Bryan Israel Panimboza Perero

Figura 4.

La educomunicación influye en la claridad y concisión de la comunicación efectiva en los medios digitales.



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Bryan Israel Panimboza Perero

Análisis e interpretación:

Los seguidores encuestados del espacio digital Visión Mágica respondieron de la siguiente manera: totalmente de acuerdo (132) que equivale a un 34%; de acuerdo (179) igual al 47%; ni en acuerdo ni en desacuerdo (57) con un porcentaje de 15%; en desacuerdo (12) con un 3% y totalmente en desacuerdo (4) equivalente al 1%. Más del 70% de los encuestados coinciden en que la educomunicación influye en la claridad y concisión de la comunicación efectiva en los medios digitales.

Tabla 5.

La interacción educomunicativa en los medios digitales permite mejorar la efectividad comunicativa.

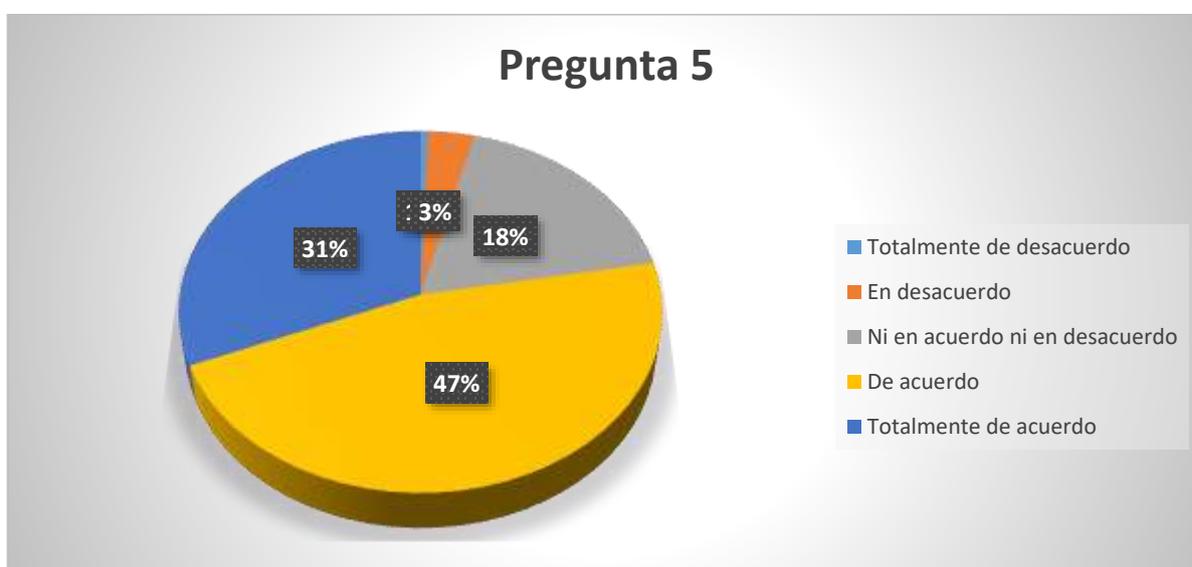
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	1%
En desacuerdo	13	3%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	70	18%
De acuerdo	179	47%
Totalmente de acuerdo	120	31%
Total	384	100%

Fuente: encuesta a los seguidores del portal de Facebook de Visión Mágica

Elaborado por: Bryan Israel Panimboza Perero

Figura 5

La interacción educomunicativa en los medios digitales permite mejorar la efectividad comunicativa.



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Bryan Israel Panimboza Perero

Análisis e interpretación:

Los seguidores encuestados del espacio digital Visión Mágica respondieron de la siguiente manera: totalmente de acuerdo (120) que equivale a un 31%; de acuerdo (179) igual al 47%; ni en acuerdo ni en desacuerdo (70) con un porcentaje de 18%; en desacuerdo (13) con un 3% y totalmente en desacuerdo (2) equivalente al 1%. Los encuestados están de acuerdo con que la interacción educomunicativa en los medios digitales permite mejorar la efectividad comunicativa.

Tabla 6.

La calidad de los elementos audiovisuales enriquece la experiencia de consumo de contenidos multimedia.

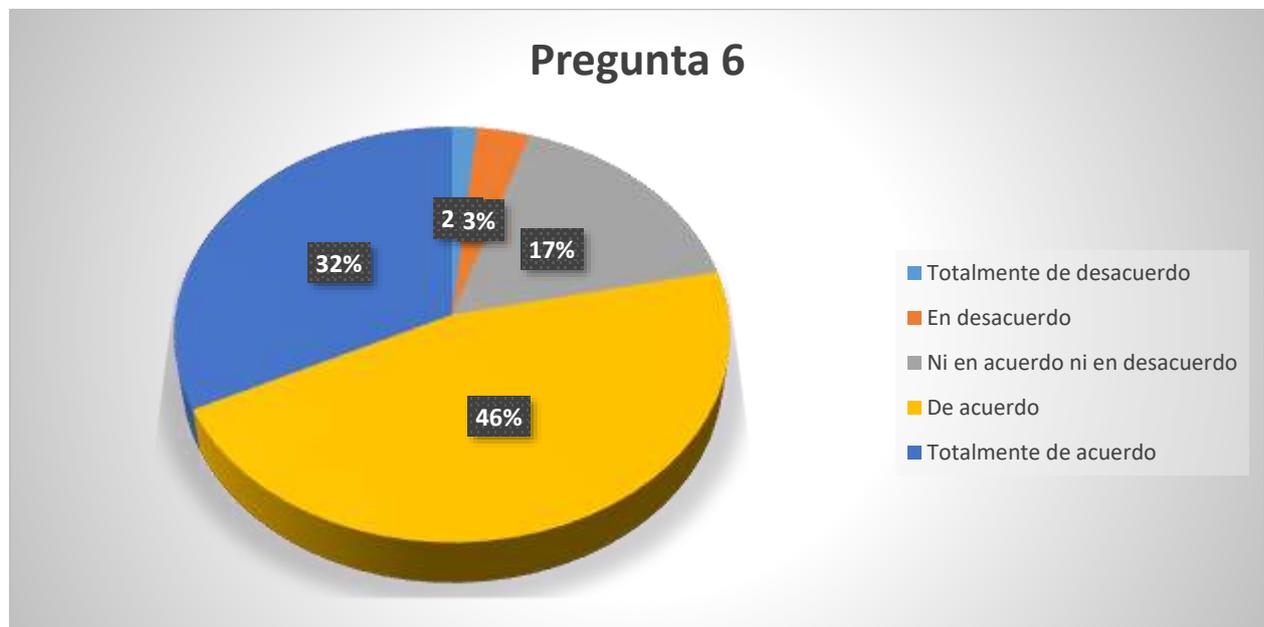
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	2%
En desacuerdo	13	3%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	64	17%
De acuerdo	177	46%
Totalmente de acuerdo	124	32%
Total	384	100%

Fuente: encuesta a los seguidores del portal de Facebook de Visión Mágica

Elaborado por: Bryan Israel Panimboza Perero

Figura 6.

La calidad de los elementos audiovisuales enriquece la experiencia de consumo de contenidos multimedia.



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Bryan Israel Panimboza Perero

Análisis e interpretación:

Los seguidores encuestados del espacio digital Visión Mágica respondieron de la siguiente manera: totalmente de acuerdo (124) que equivale a un 32%; de acuerdo (177) igual al 46%; ni en acuerdo ni en desacuerdo (64) con un porcentaje de 17%; en desacuerdo (13) con un 3% y totalmente en desacuerdo (6) equivalente al 2%. Gran parte de las personas sometidas a encuestas concuerdan en que la calidad de los elementos audiovisuales enriquece la experiencia de consumo de contenidos multimedia.

Tabla 7.

La implementación de contenidos multimedia en el entorno digital, optimiza el proceso de alfabetización.

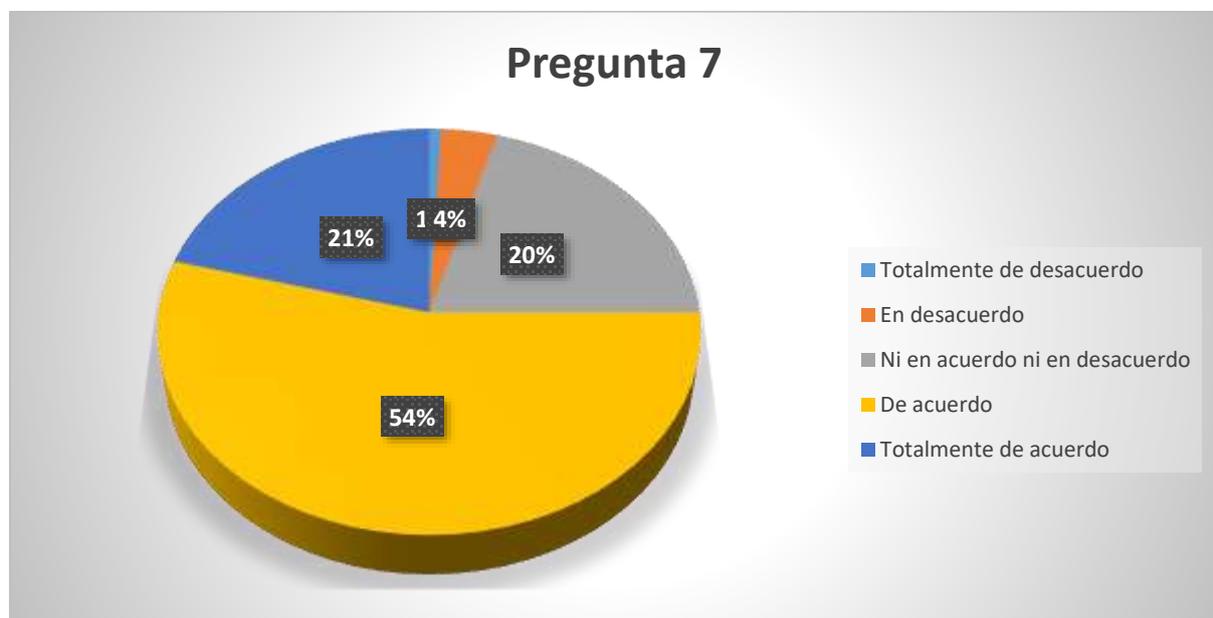
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	1%
En desacuerdo	14	4%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	79	21%
De acuerdo	208	54%
Totalmente de acuerdo	80	21%
Total	384	100%

Fuente: encuesta a los seguidores del portal de Facebook de Visión Mágica

Elaborado por: Bryan Israel Panimboza Perero

Figura 7.

La implementación de contenidos multimedia en el entorno digital, optimiza el proceso de alfabetización.



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Bryan Israel Panimboza Perero

Análisis e interpretación:

Los seguidores encuestados del espacio digital Visión Mágica respondieron de la siguiente manera: totalmente de acuerdo (80) que equivale a un 21%; de acuerdo (208) igual al 54%; ni en acuerdo ni en desacuerdo (79) con un porcentaje de 21%; en desacuerdo (14) con un 3% y totalmente en desacuerdo (3) equivalente al 1%. las personas seleccionadas para obtener información coinciden en que la implementación de contenidos multimedia en el entorno digital si optimiza el proceso de alfabetización

Tabla 8.

La alfabetización influye en la percepción de la relevancia y utilidad de los contenidos multimedia.

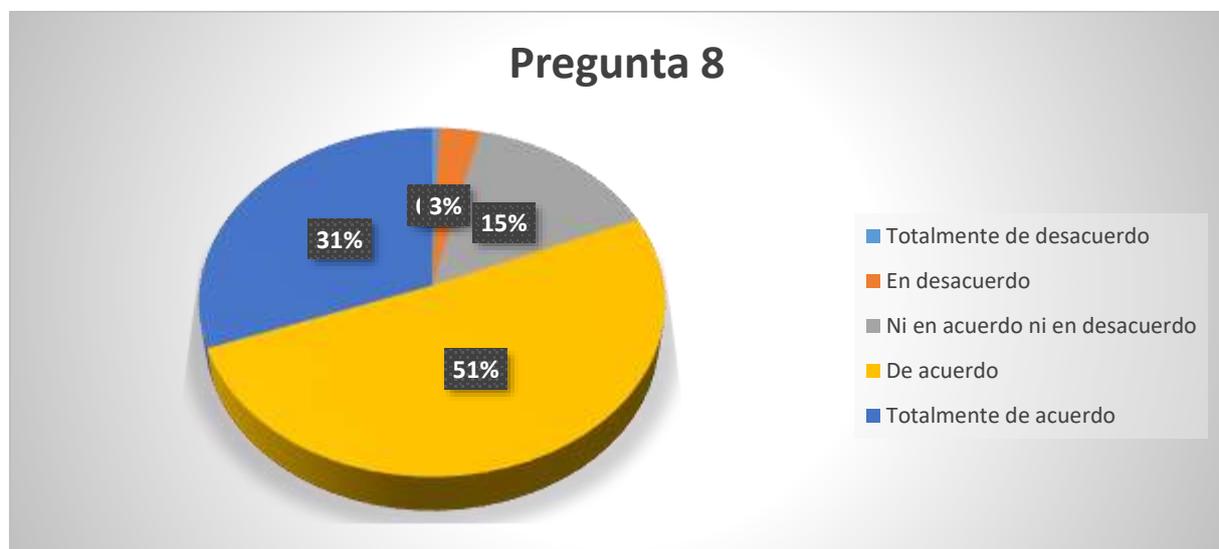
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	1%
En desacuerdo	12	3%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	57	15%
De acuerdo	195	51%
Totalmente de acuerdo	118	31%
Total	384	100%

Fuente: encuesta a los seguidores del portal de Facebook de Visión Mágica

Elaborado por: Bryan Israel Panimboza Perero

Figura 8.

La alfabetización influye en la percepción de la relevancia y utilidad de los contenidos multimedia.



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Bryan Israel Panimboza Perero

Análisis e interpretación:

Los seguidores encuestados del espacio digital Visión Mágica respondieron de la siguiente manera: totalmente de acuerdo (118) que equivale a un 31%; de acuerdo (195) igual al 51%; ni en acuerdo ni en desacuerdo (57) con un porcentaje de 15%; en desacuerdo (12) con un 3% y totalmente en desacuerdo (2) equivalente al 1%. Los encuestados están de acuerdo en que la alfabetización influye de manera positiva en la percepción de la relevancia y utilidad de los contenidos multimedia.

Tabla 9.

La implementación de las tecnologías de la información contribuye a la creación de contenidos multimedia.

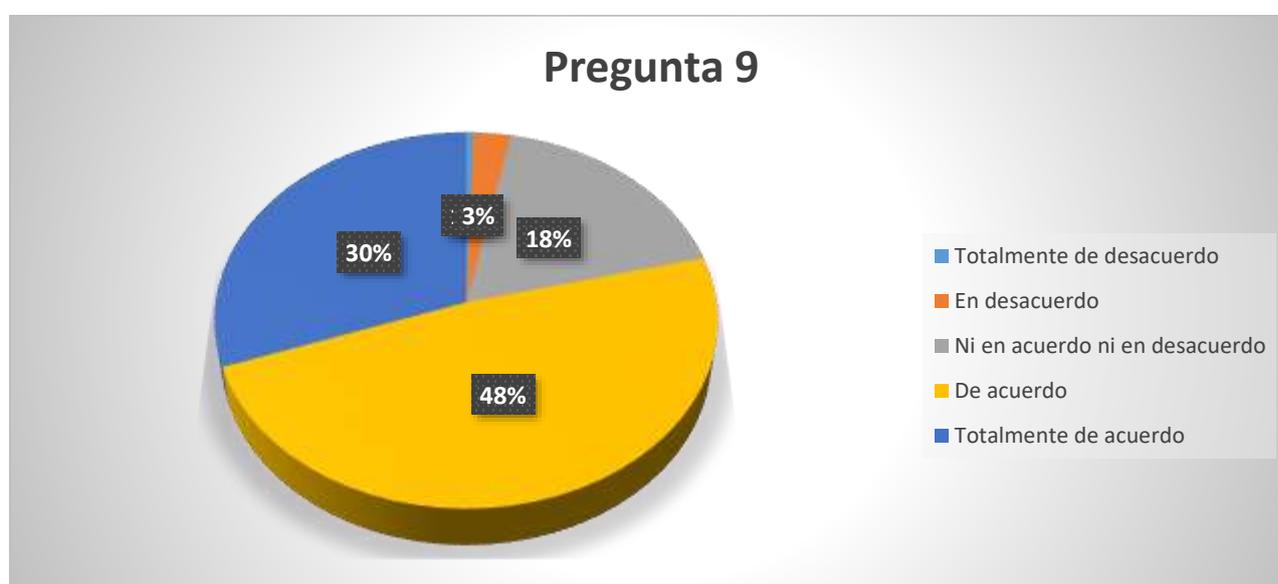
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	1%
En desacuerdo	10	3%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	69	18%
De acuerdo	186	48%
Totalmente de acuerdo	117	31%
Total	384	100%

Fuente: encuesta a los seguidores del portal de Facebook de Visión Mágica

Elaborado por: Bryan Israel Panimboza Perero

Figura 9.

La implementación de las tecnologías de la información contribuye a la creación de contenidos multimedia.



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Bryan Israel Panimboza Perero

Análisis e interpretación:

Los seguidores encuestados del espacio digital Visión Mágica respondieron de la siguiente manera: totalmente de acuerdo (117) que equivale a un 31%; de acuerdo (186) igual al 48%; ni en acuerdo ni en desacuerdo (69) con un porcentaje de 18%; en desacuerdo (10) con un 3% y totalmente en desacuerdo (2) equivalente al 1%. Las personas seleccionadas para obtener información están de acuerdo en que la implementación de las tecnologías de la información contribuye a la creación de contenidos multimedia.

Tabla 10.

Las tecnologías de la información mejoran la distribución y la calidad de los contenidos multimedia dentro del mundo digital.

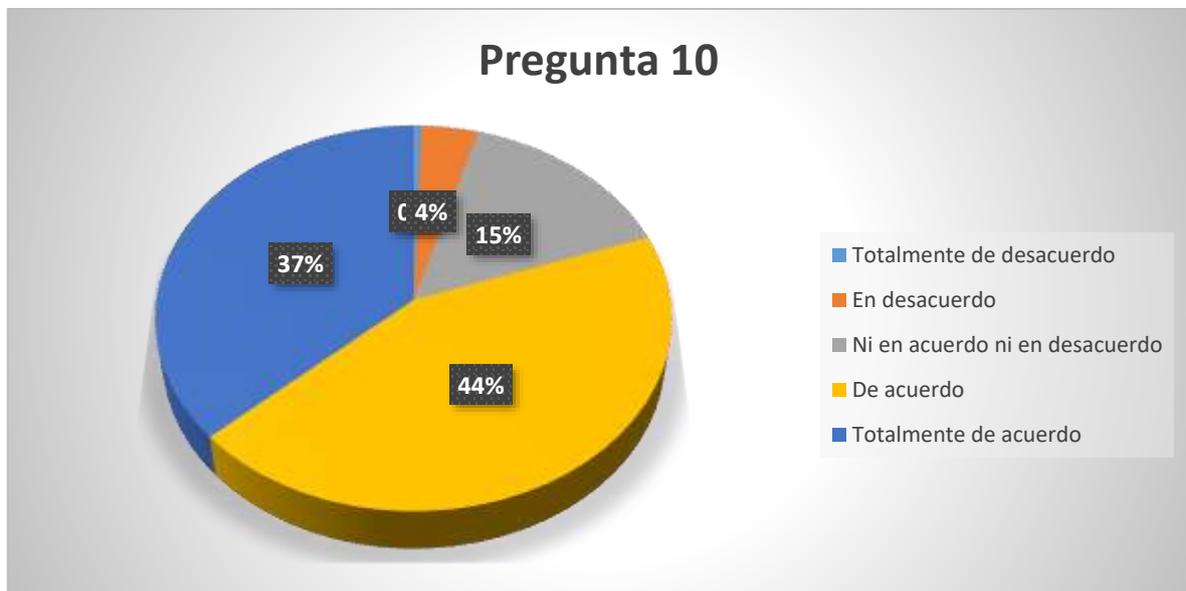
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	1%
En desacuerdo	15	4%
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	58	15%
De acuerdo	168	44%
Totalmente de acuerdo	141	37%
Total	384	100%

Fuente: encuesta a los seguidores del portal de Facebook de Visión Mágica

Elaborado por: Bryan Israel Panimboza Perero

Figura 10.

Las tecnologías de la información mejoran la distribución y la calidad de los contenidos multimedia dentro del mundo digital.



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaborado por: Bryan Israel Panimboza Perero

Análisis e interpretación:

Los seguidores encuestados del espacio digital Visión Mágica respondieron de la siguiente manera: totalmente de acuerdo (141) que equivale a un 37%; de acuerdo (168) igual al 44%; ni en acuerdo ni en desacuerdo (58) con un porcentaje de 15%; en desacuerdo (15) con un 4% y totalmente en desacuerdo (2) equivalente al 1%. Los encuestados concuerdan en que las tecnologías de la información mejoran la distribución y la calidad de los contenidos multimedia dentro del mundo digital.

5. DISCUSIONES

Discusión de la encuesta

Una vez concluida la recolección de los datos en la presente investigación mediante uno de los instrumentos aplicados, en este caso la encuesta, se reafirma qué en el entorno digital, la educomunicación cobra una importancia significativa debido a la omnipresencia de los medios digitales y su influencia en la sociedad contemporánea. Esta práctica promueve el uso crítico y creativo de los medios con fines educativos, fomentando así, la participación activa y la construcción de conocimiento.

En relación con la pregunta 2, sobre si las estrategias de comunicación contribuyen a fomentar la participación de la audiencia, los encuestados respondieron de la siguiente manera: De acuerdo 51% y en desacuerdo, 4%. Estos índices se alinean con el criterio de (Muñoz y otros, 2020). Ambos aspectos subrayan la importancia de utilizar recursos y estrategias comunicativas efectivas para lograr un aprendizaje significativo y participativo. Se sugiere entonces, que existe una percepción positiva hacia el uso de estas estrategias para involucrar activamente a la audiencia. Esto respalda la idea de que las tecnologías y estrategias de comunicación, alineadas con los principios de educomunicación, pueden ser efectivas para estimular la participación y el aprendizaje colectivo.

Haciendo énfasis en la pregunta 4, la educomunicación influye en la claridad y concisión de la comunicación efectiva en los medios digitales, los encuestados contestaron lo siguiente: De acuerdo 46.6% y en desacuerdo, 3.1%. estos resultados coinciden con los ideales de (Begnini y otros, 2022), donde destaca a la educomunicación como una forma de comunicación educativa que utiliza recursos didácticos y tecnológicos para promover el aprendizaje colectivo y crítico. Esta relación apunta a que una parte significativa de los encuestados percibe que la educomunicación tiene una influencia positiva en la claridad y concisión efectiva en los medios digitales.

Continuando con las discusiones, la pregunta 6 indica lo siguiente, la calidad de los elementos audiovisuales enriquece la experiencia de consumo de contenidos multimedia, las personas seleccionadas para la encuesta, respondieron de la siguiente manera: de acuerdo 46.1% y en desacuerdo 3.4%. los resultados se relacionan con las declaraciones de (Ortiz, 2020). La calidad de los elementos audiovisuales es un factor importante que puede enriquecer la experiencia de consumo de contenidos multimedia. Los elementos

audiovisuales de alta calidad pueden ser más atractivos y estimulantes para los usuarios, lo que puede mejorar su comprensión y retención de la información.

Para concluir, con los datos obtenidos a partir de las encuestas, respecto a la pregunta 7, sobre la implementación de contenidos multimedia en el entorno digital, si esta optimiza el proceso de alfabetización, los encuestados respondieron lo siguiente: de acuerdo 54.2% y en desacuerdo 3.6%, parámetros que responden a lo mencionado por (Navarro, 2023). Los contenidos multimedia si pueden optimizar el proceso de alfabetización, pero para ello es necesario que se utilicen de forma responsable y colaborativa. Es importante que la audiencia desarrolle un pensamiento crítico para poder evaluar la información que reciben a través de estos contenidos.

Discusión del análisis de contenido

En relación con la técnica de observación, se utilizó una lista de cotejo para evaluar aspectos relacionados con ambas variables en el portal de Facebook de Visión Mágica, dando resultados a destacar. El criterio número 4, sobre si los contenidos multimedia de Visión Mágica están diseñados con un enfoque pedagógico que promueva el aprendizaje, concuerda con lo mencionado por (Rajas y otros, 2022) en el sentido positivo de resaltar la calidad y la atención al detalle en los contenidos multimedia. Sin embargo, la recomendación indicada en la ficha sugiere una mayor clarificación y comunicación explícita del enfoque pedagógico, indicando una oportunidad de mejora en la transparencia y la demostración efectiva del impacto educativo real.

De acuerdo con la lista de cotejo, en el criterio 6, sobre si los contenidos de Visión Mágica logran una comunicación efectiva con sus publicaciones, se hace énfasis en la importancia de la efectividad comunicativa y como esta, es vital para lograr un correcto desempeño en una organización o asociación según (Duarte y otros, 2019). En el caso del medio digital, sí existe una acción de feedback entre el portal y su audiencia a partir de actividades online como encuestas, sorteos y dinámicas que incitan a sus seguidores a participar activamente, lo que se traduce, como una comunicación efectiva dentro de los contenidos publicados por el medio online.

(Tipantuña, 2019) destaca las características sobresalientes de las creaciones multimedia, se enfoca en la minuciosa atención al detalle, la utilización de recursos expresivos avanzados para facilitar la comprensión del contenido y la incorporación de elementos impactantes como sonidos o efectos, aspectos que se cumplen en gran medida en el índice 8 de la lista de

cotejo, donde se evalúa la importancia de la calidad y la cuidadosa atención a los detalles para enriquecer una experiencia de consumo digital.

Para finalizar con la observación, el parámetro 9 evaluado, indica si Visión Mágica incorpora elementos que promuevan la alfabetización mediática, dando resultados negativos. Cabe destacar que para (Garro, 2020) es un concepto que abarca un conjunto de habilidades y conocimientos que permiten a las personas comprender y evaluar la información que reciben a través de los medios. Aspectos que a través de la observación no se pudieron evidenciar y que no concuerdan con lo anteriormente mencionado por el autor.

6. CONCLUSIONES

- Esta investigación se ha desarrollado considerando aspectos que pueden contribuir al ámbito científico, con el propósito de evaluar los datos recopilados y proporcionar criterios que permitan determinar la relevancia de la educomunicación y los contenidos multimedia en el medio digital Visión Mágica de la provincia de Santa Elena
- La evaluación de la percepción de la audiencia sobre la calidad informativa de Visión Mágica se llevó a cabo mediante el análisis de datos recopilados a través de encuestas aplicadas a la audiencia del medio. La encuesta, que incluyó preguntas específicas sobre la influencia de la educomunicación en la percepción de la calidad informativa, reveló que un considerable porcentaje de los encuestados, específicamente un 54%, expresó su acuerdo en que la implementación de contenidos multimedia en el entorno digital optimiza el proceso de alfabetización. Este resultado indica que la audiencia percibe positivamente la influencia de la educomunicación en la calidad informativa de Visión Mágica, destacando la importancia de utilizar estos recursos de manera colaborativa y responsable para facilitar el proceso de alfabetización.
- Según el presente estudio, el medio digital Visión Mágica ha demostrado una estrategia integral en la diversificación de sus contenidos multimedia en la red social Facebook. Se identificaron diversos tipos de contenidos, entre los cuales se destacan textos informativos, imágenes visualmente atractivas, videos impactantes y explicativos, así como infografías que complementan la información. Este enfoque variado en la presentación de contenidos se alinea con el objetivo de mejorar la participación de la audiencia en la plataforma. La estrategia de Visión Mágica ha sido eficaz para adaptarse a las preferencias de consumo de información de la audiencia, ofreciendo una experiencia diversa que abarca distintos formatos multimedia. La presencia de estos

elementos contribuye significativamente a la interacción y participación activa de la audiencia en la plataforma de Facebook, evidenciando una cuidadosa planificación en la creación de contenidos por parte del medio digital.

- Como resultados de los hallazgos de investigación, se obtuvo una visión clara sobre la práctica de la educomunicación y el uso de contenidos multimedia en la página de Facebook de Visión Mágica. La diversidad y calidad de los contenidos multimedia evaluados han demostrado ser un elemento clave para mejorar la participación y percepción de la audiencia. Se concluye que, si bien el medio digital ha integrado eficazmente diversos formatos multimedia, existe una oportunidad de mejora en la comunicación explícita del enfoque pedagógico, conforme a las recomendaciones derivadas de la evaluación. La implementación de estrategias más transparentes y la explicitación de objetivos pedagógicos podrían potenciar aún más el impacto educativo de los contenidos. Además, se resalta la necesidad de incorporar elementos que promuevan la alfabetización mediática de manera mas evidente. Estas conclusiones orientan las recomendaciones hacia una optimización continua de la práctica educomunicativa de Visión Mágica, enfocándose en la transparencia, la claridad pedagógica y el fortalecimiento de elementos para el desarrollo de habilidades críticas en la audiencia.

7. RECOMENDACIONES

- Se sugiere que futuras investigaciones dedicadas al ámbito educomunicativo y los contenidos multimedia consideren la aplicación de enfoques similares para evaluar la relevancia de estos elementos en otros medios digitales. La metodología utilizada, que incluye encuestas y fichas de observación, han demostrado ser efectivas para recopilar datos importantes sobre la percepción de la audiencia y la calidad de los contenidos multimedia.
- Se recomienda considerar esta producción científica en diferentes contextos y plataformas digitales para obtener una comprensión más completa y comparativa de como la educomunicación y los contenidos multimedia impactan en la audiencia en diversos entornos mediáticos. Esto contribuirá a la acumulación de conocimientos y al enriquecimiento del campo científico relacionado con la comunicación educativa y los medios digitales.
- Basándonos en que la mayoría de la audiencia considera que la implementación de contenidos multimedia en el entorno digital optimiza el proceso de alfabetización, se

recomienda a Visión Mágica continuar y fortalecer su enfoque educomunicativo. Dada la percepción positiva hacia la influencia de la educomunicación en la calidad informativa, se sugiere que el medio digital intensifique sus esfuerzos para desarrollar y compartir contenido multimedia que no solo informe, sino que también eduque de manera efectiva. Además, considerando la importancia otorgada a la colaboración y responsabilidad en el uso de estos recursos, se recomienda que Visión Mágica fomente la participación activa de la audiencia a través de dinámicas educativas, encuestas y actividades que involucren a la comunidad en la construcción del conocimiento, esta recomendación respalda la percepción positiva de la audiencia y contribuirá a consolidar a Visión Mágica como un referente educomunicativo en su entorno digital.

- Considerando de que Visión Mágica ha demostrado una estrategia integral en la diversificación de sus contenidos multimedia en Facebook, se recomienda al medio digital seguir avanzando en esta línea y continuar innovando en la presentación de sus materiales. La audiencia valora la variedad de formatos, como textos informativos, imágenes, videos e infografías, lo que indica que la estrategia actual es efectiva. Para mejorar aún más la participación y mantener el interés de la audiencia, se sugiere que Visión Mágica explore nuevas formas de contenido multimedia, como transmisiones en vivo, entrevistas interactivas o la utilización de tecnologías emergentes. Mantenerse a la vanguardia en la diversificación de contenidos garantizará que Visión Mágica continúe siendo atractivo y relevante en un entorno digital en constante evolución.
- A raíz de los hallazgos que resaltan la oportunidad de mejora en la comunicación explícita del enfoque pedagógico y la necesidad de una incorporación más evidente de elementos que promuevan la alfabetización mediática, se recomienda a Visión Mágica implementar estrategias específicas. Se sugiere que el medio digital desarrolle campañas de sensibilización y comunicación dirigidas a su audiencia para compartir de manera más explícita los objetivos pedagógicos detrás de sus contenidos. Además, se podría considerar la creación de secciones educativas o la inclusión de mensajes pedagógicos directos en las publicaciones para enfatizar el valor educativo de la información compartida. Al hacerlo, Visión Mágica puede fortalecer aún más su compromiso con la educomunicación y contribuir al desarrollo de habilidades críticas en su audiencia de manera más efectiva.

REFERENCIAS

Bibliografía

- Aguirre, R., Almada, M., Giménez, N., Lulhe, M., Ferreyra, S., Esteban, S., & Ariel Franco, J. (2019). Descripción de las herramientas de comunicación utilizadas en el área quirúrgica y la perspectiva de los instrumentales quirúrgicos. *Rev. Hosp. Ital. B.Aires*, 39(2), 36-42.
<https://doi.org/romina.aguirre@hospitalitaliano.org.ar>
- Andréu, J. (2002). *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. Universidad de Granada.
- Angulo, S., & Solórzano, L. S. (2020). *Creación de un multimedia para contribuir a la preservación de la música carranguera como patrimonio cultural inmaterial de Colombia y elemento de la memoria colectiva nacional*. Bachelor's thesis, Universidad de La Sabana.
- Arcila, W. O., Loaiza Zuluaga, Y. E., & Castaño Duque, G. A. (2022). Tendencias investigativas en los estudios sobre Alfabetización Mediática Informativa y Digital (AMID) en el campo educativo. *Revista Complutense de Educación*, 33(2), 225-236.
<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.5209/rced.73935>
- Arias, J. L., & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Enfoques Consulting Eirl.
<https://doi.org/http://www.tesisconjosearias.com/>
- Báez, B. M., Gegnini Domínguez, L. F., & Espinoza Cevallos, P. A. (2023). La educomunicación como herramienta de construcción de paz en el proceso de desarrollo integral en niños. *Revista científica Mundo de la Investogación y el Conocimiento*, 7(1), 520-538.
[https://doi.org/10.26820/recimundo/7.\(1\).enero.2023.520-528](https://doi.org/10.26820/recimundo/7.(1).enero.2023.520-528)
- Begnini, L. F., Arteaga-Alcívar, Y. A., & Arroyo-Barahona, C. M. (2022). Educomunicación y recursos didácticos. *Revista Científica: Ciencias económicas y empresarias*, 7(3), 165-177.
<https://doi.org/https://doi.org/10.23857/fipcaec.v7i1>
- Belandria, G. d. (2019). El concepto de trabajo y las TIC. *Sapientia Organizacional*, 6(12), 21-56.
<https://doi.org/http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=553066097004>
- Capriotti, P., Oliveira, A., & Zeler, I. (2019). Investigación de los públicos en los modelos de la planificación. Estrategia de comunicación. *Sphera Publica*, 2(19), 21-35.
<https://doi.org/sphera.ucam.edu>
- Casas, J., Repullo Labrador, J., & Donado Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Atención primaria*, 32(8), 527-538.
- Chávez, N. A., & Rodríguez, M. d. (2021). *Educomunicación, alfabetización digital y la calidad de programas de postgrados virtuales de la región centroamericana*.
- Cruz, D. S., Ojalvo Mitrany, V., Valdés Bencomo, Y. D., & Velastegui López, L. E. (2021). Planeación y Planificación estratégica en comunicación educativa. Un estudio de caso en el contexto comunitario. *Alfa Publicaciones*, 3(2.1), 113-137.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33262/ap.v3i2.1.53>

- Duarte, M., Montalvo Apolín, D. E., & Valdes Lozano, D. E. (2019). Estrategias disposicionales y aprendizajes significativos en el aula virtual. *Revista Educación*, 43(2), 588-602. <https://doi.org/https://doi.org/10.15517/revedu.v43i2.34038>
- Ert, A., & Vaquero, E. (2023). La educación transmedia en el ámbito no formal: una revisión sistemática. *Revista Fuentes*, 25(1), 59-70. <https://doi.org/https://doi.org/10.12795/revistafuentes.2023.21695>
- Escobedo, J. A., & Tobón, S. (2019). Desarrollo de Competencias Comunicativas del Inglés desde la Socioformación. *Hexágono Pedagógico*, 10(1), 100-120. <https://doi.org/stobon@cife.edu.mx>
- Fernández, L. P. (2022). *La educomunicación y su aporte en el proceso de enseñanza aprendizaje en la carrera de comunicación en la pandemia por covid-19 - año 2020*. Bachelor's thesis, Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo.
- García, A., & Sánchez, J. M. (2023). La alfabetización mediática e informacional en un contexto de desinformación. *Tejuelo*(37), 99-128. <https://doi.org/DOI: 10.17398/1988-8430.37.99>
- Garro, L. (2020). Alfabetización mediática en América Latina. Revisión de literatura: temas y experiencias. *Revista Educación*, 44(1), 502-514. <https://doi.org/https://doi.org/10.15517/revedu.v44i1.37708>
- Gisbert, M., & Esteve, F. (2011). Digital Learners: la competencia digital de los estudiantes universitarios. *La Cuestión Universitaria* (7), 48-59. <https://doi.org/http://polired.upm.es/index.php/lacuestionuniversitaria/article/view/3359/3423>
- González, C. (2019). *Estrategias de comunicación publicitaria: la importancia del planning*. Colección Sapientia 156. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.6035/Sapientia156>
- González, E. (2019). La alfabetización mediática e informacional como parte importante del Desarrollo Humano y Educativo. *Revista en Ciencias Sociales y Humanidades Apoyadas por Tecnologías*, 8(15), 33-40.
- Hernández, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014|). Selección de la muestra. *Metodología de la Investigación*, 6, 170-191.
- Herrera, D. M., & Pérez, C. M. (2021). ¿Como fomentar la competencia comunicativa intercultural desde el enfoque por tareas? *Pro-Posições*, 32, 1-32. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1590/1980-6248-2018-0069ES>
- Inés, C., & Gutiérrez, I. (2022). Dimensiones e instrumentos para medir la competencia digital en estudiantes universitarios: una revisión sistemática. *EDUTEC. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*(81), 88-104. <https://doi.org/https://doi.org/10.21556/edutec.2022.81.2599>
- Jiménez, M. (2021). Presentaciones y contenidos multimedia y gamificados. *#Dienlínea UNIA: guía para una docencia innovadora en red*, 196-207. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.56451/10334/6115>
- López, P. (2004). Población, muestra y muestreo. *Punto cero*, 9(08), 69-74.

- Magallón, R. (2022). Un reto informativo: Hismedi, la transición española y la historia multimedia. *Vegueta. Anuario de la Facultad de Geografía e Historia*, 22(1), 79-91. <https://doi.org/https://doi.org/10.51349/veg.2022.1.05>
- Mora, P. F., Freire-Quintanilla, M. H., Arévalos-Cuadrado, E. P., & Barrera-Basantes, R. L. (2019). Uso de herramientas multimedia en el proceso de enseñanza aprendizaje aplicado a la educación superior. *Polo del Conocimiento*, 4(12), 188-212. <https://doi.org/10.23857/pc.v4i12.1201>
- Muñoz, P., García Ruiz, R., & Aguaded, I. (2020). La educomunicación en la documentación pública, privada y académica colombiana en su comprensión de la cuestión social. *Revista Fuentes*, 22(1), 1-12. <https://doi.org/https://doi.org/10.12795/revistafuentes.2020.v22.i1.01>
- Narváez, A. (2019). Comunicación educativa, educomunicación y educación mediática: una propuesta de investigación y formación desde un enfoque culturista. *Revista Palabra Clave*, 22(3), e22311. <https://doi.org/https://doi.org/10.5294/pacla.2019.22.3.11>
- Navarro, A. (2023). Impacto de la implementación de contenido multimedia como estrategia para la creación de cursos digitales inclusivos. *Ñawi: Arte Diseño Comunicación*, 7(1), 261-272. <https://doi.org/https://doi.org/10.37785/nw.v7n1.a13>
- Nicomedes, E. N. (2018). *Tipos de investigación*. Universidad Santo Domingo de Guzmán.
- Ortiz, O. (2020). La herramienta multimedia como estrategia didáctica para la Educación Sexual. *Social Innova Sciences*, 1(3), 6-15. <https://doi.org/https://doi.org/10.58720/sis.v1i3.25>
- Otero, A. (2018). *Enfoques de investigación*. Métodos para el diseño urbano-Arquitectónico .
- Otzen , T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio . *International journal of morphology*, 35(1), 227-232.
- Ponguillo, H. C. (2022). *Los contenidos multimedia como estrategias de comunicación en el Diario Súper de Santa Elena*. UPSE.
- Preciado, J. C., Morales Morales, J. D., Sánchez Díaz, O. Y., & Alarcón Hernández, S. M. (2021). *La comunicación efectiva como mejora en la experiencia de los colaboradores en las organizaciones actuales*. Universitaria Agustiniiana.
- Rajas, M., Alves, P., & Muñiz, C. (2022). Creación y difusión de contenidos audiovisuales y multimedia: la transformación educativa y científica en marcha. *index. comunicación*, 12(2), 13-27. <https://doi.org/https://doi.org/10.33732/ixc/12/02Creaci>
- Riquelme, I. A. (2022). *Análisis de las competencias en docentes universitarios en las tecnologías de la información y la comunicación (TIC)*. UCOPress.
- Rivera, P., Neut, P., Lucchini, P., Pascual, S., & Prunera, P. (2018). Pedagogías emergentes en la sociedad digital. *Albacete: LiberLibro*, 1.
- Sánchez, A., Flores Rueda, I. C., Veytia Bucheli, M. G., & Azuara Pugliese, V. (2021). Tecnoestrés y adicción a las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en universidades mexicanas: diagnóstico y validación de instrumento. *Formación Universitaria*, 14(4), 123-132. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062021000400123>
- Sánchez, M., García Guilianny, J., Steffens Sanabria, E., & Hernández Palma, H. (2019). Estrategias pedagógicas en Procesos de Enseñanza y Aprendizaje en la Educación Superior incluyendo

- Tecnologías de la Información y las comunicaciones. *Información Tecnológica*, 30(3), 277-286. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000300277>
- Santos, C. (2023). Transformación digital con smoooc; una propuesta basada en la educomunicación. *Visual Review. International Visual Culture Review/Revista Internacional de Cultura Visual*, 13(3), 1-23. <https://doi.org/http://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4581>
- Santos, M., Agirreazkuenaga Onaindia, I., & Peña Fernández, S. (2023). Educomunicación en la era de la hiperconectividad: Educación libertadora para fomentar la ciudadanía crítica. *Comun. mídia consumo*, 20(58), 179-198. <https://doi.org/DOI.10.18568/CMC.V20i58.2820>
- Sebastián, A., Muñoz Sastre, D., & Núñez Cansado, M. (2020). Importancia de la estrategia de comunicación y su relación con el insight para conseguir la eficacia publicitaria: el caso de España. *Cuadernos.info*(46), 249-280. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.7764/cdi.46.1786>
- Silva, A. P., & Torres, A. C. (2013). *Perspectivas teóricas contemporáneas de la educomunicación y la comunicación/desarrollo en América Latina*. Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito.
- Tipantuña, J. (2019). Uso de narrativas digitales como recurso didáctico para el aprendizaje adulto: propuesta de diseño para su integración en el aprendizaje permanente. *593 Digital Publisher CEIT*, 4(4), 29-43. <https://doi.org/https://doi.org/10.33386/593dp.2019.4.114>
- Tómala, G. A. (2022). *La educomunicación y el proceso de enseñanza-aprendizaje en los estudiantes del centro de educación básica "Juan León Mera", Loma Alta año 2021*. UPSE.
- Valdés, Y. C. (2020). La competencia comunicativa, clave para el desarrollo de docentes. *Serie Científica De La Universidad De Las Ciencias Informáticas*, 13(9), 124-135.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Operacionalización de variables

Variable(s)	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnica de levantamiento de información
Independiente Educomunicación	“Significa un proceso que rompe con el esquema del aprendizaje tradicional. La educomunicación busca desarrollar la autonomía del individuo y empoderar a las personas mediante un proceso dialógico de construcción de significados y de construcción ciudadana”	Estrategias de comunicación	Comunicación persuasiva	En el campo de la educomunicación, las estrategias de comunicación persuasiva, se reflejan en los contenidos multimedia	Lista de cotejo Encuesta
		Competencia comunicativa	Participación Interactiva	Las estrategias de comunicación contribuyen a fomentar la participación de la audiencia	
		Comunicación efectiva	Fomentación del aprendizaje	Las estrategias de comunicación, permiten el desarrollo de la competencia comunicativa e impactan en la participación interactiva de la audiencia	
				La educomunicación influye en la claridad y concisión de la comunicación efectiva en los medios digitales.	

	(Santos C. , 2023)			La interacción educomunicativa en los medios digitales permite mejorar la efectividad comunicativa	
--	--------------------	--	--	--	--

Variable(s)	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnica de levantamiento de información
Dependiente Contenidos Multimedia	“Los recursos multimedia pueden incluir fotos, videos, infografías, audios, ilustraciones o links externos que permiten contar una historia, ideas o experiencias por medio de estos elementos” (Angulo & Solórzano, 2020)	Creación de contenido multimedia	Calidad de los contenidos multimedia	La calidad de los elementos audiovisuales enriquece la experiencia de consumo de contenidos multimedia	Lista de cotejo Encuesta
		Alfabetización mediática	Relevancia de los contenidos multimedia	La implementación de contenidos multimedia en el entorno digital, optimiza el proceso de alfabetización	
		Uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC)	TIC 's y multimedia	La alfabetización influye en la percepción de la relevancia y utilidad de los contenidos multimedia	
				La implementación de las tecnologías de la información contribuye a la creación de contenidos multimedia	

				Las tecnologías de la información mejoran la distribución y la calidad de los contenidos multimedia dentro del mundo digital	
--	--	--	--	--	--

Anexo 2. Instrumento de encuesta

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario

Tema: La educomunicación y los contenidos multimedia. Caso: Visión Mágica

Objetivo General: Analizar la educomunicación y los contenidos multimedia de Visión Mágica, para optimizar la participación, la comprensión y el compromiso de la audiencia de Facebook del medio de comunicación digital.

Escala: Muy en desacuerdo 1, en desacuerdo 2, ni en acuerdo ni desacuerdo 3, de acuerdo 4, muy de acuerdo 5.

Variable independiente: Educomunicación		1	2	3	4	5
1	En el campo de la educomunicación, las estrategias de comunicación persuasiva, se reflejan en los contenidos multimedia					
2	Las estrategias de comunicación contribuyen a fomentar la participación de la audiencia					
3	Las estrategias de comunicación, permiten el desarrollo de la competencia comunicativa e impactan en la participación interactiva de la audiencia					
4	La educomunicación influye en la claridad y concisión de la comunicación efectiva en los medios digitales.					
5	La interacción educomunicativa en los medios digitales permite mejorar la efectividad comunicativa					
Variable dependiente: Contenidos Multimedia						
6	La calidad de los elementos audiovisuales enriquece la experiencia de consumo de contenidos multimedia					
7	La implementación de contenidos multimedia en el entorno digital, optimiza el proceso de alfabetización					
8	La alfabetización influye en la percepción de la relevancia y utilidad de los contenidos multimedia					
9	La implementación de las tecnologías de la información contribuye a la creación de contenidos multimedia					
10	Las tecnologías de la información mejoran la distribución y la calidad de los contenidos multimedia dentro del mundo digital					

Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.

Juez Experto

C.I: 0913729257

Firma:

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		La educomunicación y los contenidos multimedia. Caso: Visión Mágica															
AUTOR:		Panimboza Perero Bryan Israel															
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	RELACIÓN ENTRE:								
									VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO								
Variable Independiente: Educomunicación	Estrategias de comunicación	Comunicación persuasiva	En el campo de la educomunicación, las estrategias de comunicación persuasiva, se reflejan en los contenidos multimedia						X		X		X				
			Las estrategias de comunicación contribuyen a fomentar la participación de la audiencia						X		X		X		X		
	Competencia comunicativa	Participación interactiva	Las estrategias de comunicación, permiten el desarrollo de la competencia comunicativa e impactan en la participación interactiva de la audiencia							X		X		X			
			La educomunicación influye en la claridad y concisión de la comunicación efectiva en los medios digitales, influyendo así en la fomentación del aprendizaje								X		X		X		
Variable Independiente: Contenidos multimedia	Comunicación efectiva	Fomentación del aprendizaje	La interacción educativa en los medios digitales permite mejorar la efectividad comunicativa						X		X		X		X		
			La calidad de los elementos audiovisuales enriquece la experiencia de consumo de contenidos multimedia							X		X		X		X	

		La implementación de contenidos multimedia en el entorno digital, optimiza el proceso de alfabetización						X	X	X	X		
	Relevancia de los contenidos multimedia	La alfabetización influye en la percepción de la relevancia y utilidad de los contenidos multimedia						X	X	X	X		
	Alfabetización mediática	TIC's y multimedia	Las implementaciones de las tecnologías de la información contribuyen a la creación de contenidos multimedia					X	X	X	X		
	Uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC)		Las tecnologías de la información mejoran la distribución y la calidad de los contenidos multimedia dentro del mundo digital					X	X	X	X		

La Libertad 14 de noviembre del 2023



Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.
 Juez Experto
 C.I: 0913729257

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Cuestionario – Educomunicación

Indicadores	Criterios	Deficiente				Regular				Buena				Muy Buena				Excelente				OBSERVACIONES		
		0 - 20	21 - 40	41 - 60	61 - 80	81 - 100	0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71		76	81
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100			
1.	Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				100		
2.	Objetividad	Expresa conductas observables																				100		
3.	Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																				100		
4.	Organización	Organización lógica entre sus ítems																				100		
5.	Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																				100		
6.	Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																				100		
7.	Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																				100		
8.	Coherencia	Relación en variables e indicadores																				100		
9.	Metodología	Adecuada y responde a la investigación																				100		

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Calificación: 100



Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.
Juez Experto
C.I: 0913729257

La Libertad 14 de noviembre del 2023

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Panimboza Perero Bryan Israel		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
La educomunicación y los contenidos multimedia. Caso: Visión Mágica		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Guía de preguntas – Educomunicación y contenidos multimedia	
Objetivo:	Levantar información sobre la educomunicación y su aplicación en contenidos multimedia en el perfil de Facebook de Visión Mágica	
Dirigido a:	Seguidores y consumidores del contenido publicado por Visión Mágica	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Matamoros Dávalos Ángel Alberto	
Documento de identidad:	0913729257	
Grado académico:	Magister y Doctor	
Especialidad:	Educación	
Experiencia profesional (años):	23 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No aplicable
	X	
Sugerencia:		

La Libertad 14 de noviembre del 2023

Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.
Juez Experto
C.I: 091372925

INSTRUMENTO

Técnica: Observación

Instrumento: Lista de cotejo

Tema: La educomunicación y los contenidos multimedia. Caso: Visión Mágica

Objetivo: Levantar información sobre la educomunicación y su aplicación en contenidos multimedia en el perfil de Facebook de Visión Mágica.

Contenido

Instrumento: Ficha de observación

Datos del medio digital:	Visión Mágica
Provincia:	Santa Elena
Cantón:	Santa Elena

Instrucciones

Evaluar las condiciones solicitadas utilizando las opciones “SI” y “NO”. En la sección de observaciones, proporcione indicaciones detalladas sobre las condiciones que no se cumplen para orientar al investigador.

Aspectos	SI	NO	Observaciones
Las publicaciones de Visión Mágica presentan comprensión y claridad en su redacción	X		Visión Mágica se esfuerza por comunicar de manera efectiva y comprensible en sus publicaciones. Refleja positivamente el compromiso con la calidad comunicativa, asegurando que su audiencia pueda entender fácilmente la información proporcionada.
Presenta elementos interactivos que fomenten la participación y retroalimentación de su audiencia	X		La presencia de elementos interactivos sugiere un enfoque proactivo para estimular la participación y recibir comentarios de los seguidores. Esta interactividad puede incluir funciones como encuestas, preguntas, comentarios y otros mecanismos que promuevan la participación activa de la audiencia.
Sus estrategias de comunicación se adaptan a las diferentes audiencias (Cultura, edad, nivel educativo)	X		Adaptarse a las diferencias culturales, de edad y nivel educativo es esencial en un entorno digital diverso. Visión Mágica demuestra una leve comprensión de su audiencia al reconocer y considerar estas variaciones. Se recomienda personalizar más sus estrategias de comunicación, ya que así, el medio puede ofrecer contenidos que resuenen con diferentes segmentos de su audiencia, lo que contribuye a una mayor relevancia y conexión emocional.
Los contenidos multimedia están diseñados con un enfoque pedagógico que promueva el aprendizaje		X	Se sugiere que Visión Mágica clarifique y comunique de manera explícita su enfoque pedagógico en los contenidos multimedia. Esto se puede lograr mediante la inclusión de objetos educativos, métodos de enseñanza y estrategias pedagógicas en las descripciones o introducciones de los contenidos. También la implementación de mecanismos de evaluación, como encuestas educativas, pruebas de

			conocimiento antes y después de la visualización de contenidos, o comentarios de la audiencia. Esto permitirá a Visión Mágica medir y demostrar el impacto educativo real de sus contenidos multimedia.
Se constata la existencia de contenido audiovisual producido por el medio.	X		Visión Mágica podría explorar nuevas formas creativas de presentar información, asegurando al mismo tiempo que se mantenga relevante y atractivo para la audiencia objetivo. Además, podrían evaluarse las preferencias de la audiencia en relación con el contenido audiovisual para ajustar estrategias según las demandas específicas.
Los contenidos de Visión Mágica logran una comunicación efectiva con sus publicaciones	X		Dado el éxito en su comunicación efectiva, Visión Mágica podría continuar analizando las respuestas de la audiencia para ajustar y mejorar continuamente sus estrategias de comunicación. Además, podrías ser valioso explorar la posibilidad de obtener retroalimentación directa de la audiencia para entender mejor sus preferencias.
El medio fomenta la participación activa de la audiencia a través de sus contenidos.	X		En vista del impacto positivo de fomentar la participación activa, Visión Mágica podría explorar aún más oportunidades para involucrar a su audiencia. Esto podría incluir el desarrollo de campañas interactivas, preguntas frecuentes para la audiencia o incluso la colaboración directa en la creación de ciertos contenidos.
Las publicaciones presentan elementos visuales y auditivos que enriquezcan una experiencia de consumo digital atractiva y efectiva	X		Se sugiere seguir explorando nuevas formas creativas de integrar contenido visual y auditivo en sus publicaciones. Estos pueden incluir el uso de infografías, videos breves, podcasts u otros formatos multimedia que se alineen con los temas y objetivos del medio.

<p>Incorporan elementos que promuevan la alfabetización mediática (técnica que hace referencia al proceso por el cual se aprenden habilidades y capacidades para desenvolverse en los medios actuales)</p>		<p>X</p>	<p>Visión Mágica debería comunicar de manera más clara como está incorporando elementos específicos para promover la alfabetización mediática. Esto puede incluir la descripción de iniciativas educativas, enlaces a recursos externos o la implementación de actividades interactivas. Se pueden incorporar elementos interactivos en las publicaciones como encuestas o debates que desafíen a la audiencia a aplicar sus habilidades de alfabetización mediática.</p>
<p>Incorporan tecnologías emergentes, como realidad virtual o aumentada, para mantenerse al día con las tendencias y ofrecer experiencias multimedia más inmersivas</p>		<p>X</p>	<p>Antes de adoptar tecnologías emergentes, realizar una evaluación de la accesibilidad para garantizar que la mayoría de la audiencia pueda participar. Explorar opciones que sean inclusivas y no excluyan a aquellos que no tienen acceso a dispositivos específicos. También hay que asegurarse de que la adopción de tecnologías emergentes esté estratégicamente alineada con los objetivos de comunicación y mejora de la experiencia del usuario.</p>

Tema: La educomunicación y los contenidos multimedia. Caso: Visión Mágica

Objetivo: Identificar si se aplica la educomunicación en los contenidos multimedia publicados por Visión Mágica en su portal de Facebook

La Libertad 14 de noviembre del 2023



Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.
 Juez Experto
 C.I: 0913729257

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		La educomunicación y los contenidos multimedia. Caso: Visión Mágica												
AUTOR:		Panimboza Perero Bryan Israel												
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA		CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				SI	NO	RELACIÓN ENTRE:								
						VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO					
Variable Independiente: Educomunicación	Estrategias de comunicación	Comunicación persuasiva	Las publicaciones de Visión Mágica presentan comprensión y claridad en su redacción			X		X		X		X		
			Presenta elementos interactivos que fomenten la participación y retroalimentación de su audiencia			X		X		X		X		
	Competencia comunicativa	Participación Interactiva	Sus estrategias de comunicación se adaptan a las diferentes audiencias (Cultura, edad, nivel educativo)			X		X		X		X		
			Los contenidos multimedia están diseñados con un enfoque pedagógico que promueva el aprendizaje			X		X		X		X		
Variable Independiente: Contenidos Multimedia	Creación de contenido multimedia	Calidad de los contenidos multimedia	Los contenidos de Visión Mágica logran una comunicación efectiva con sus publicaciones			X		X		X		X		
			Se constata la existencia de contenido audiovisual producido por el medio.			X		X		X		X		
			El medio fomenta la participación activa de la audiencia a través de sus contenidos.			X		X		X		X		
		Relevancia de los contenidos	Las publicaciones presentan elementos visuales y auditivos que			X		X		X		X		

		multimedia	enriquezcan una experiencia de consumo digital atractiva y efectiva										
	Alfabetización mediática	TIC 's y multimedia	Incorporan elementos que promuevan la alfabetización mediática (técnica que hace referencia al proceso por el cual se aprenden habilidades y capacidades para desenvolverse en los medios actuales)			X		X		X			X
	Uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC)		Incorporan tecnologías emergentes, como realidad virtual o aumentada, para mantenerse al día con las tendencias y ofrecer experiencias multimedia más inmersivas			X		X		X			X

La Libertad 14 de noviembre del 2023



Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.
 Juez Experto
 C.I: 0913729257

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Cuestionario – Educomunicación

Indicadores	Criterios	Deficiente				Regular				Buena				Muy Buena				Excelente				OBSERVACIONES				
		0 - 20	21 - 40	41 - 60	61 - 80	81 - 100	0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71		76	81	86	91
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96					
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100					
10. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																								100	
11. Objetividad	Expresa conductas observables																								100	
12. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																								100	
13. Organización	Organización lógica entre sus ítems																								100	
14. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																								100	
15. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																								100	
16. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																								100	
17. Coherencia	Relación en variables e indicadores																								100	
18. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																								100	

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Calificación: 100



Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.
Juez Experto
C.I: 0913729257

La Libertad 14 de noviembre del 2023

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Panimboza Perero Bryan Israel		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
La educomunicación y los contenidos multimedia. Caso: Visión Mágica		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Lista de cotejo – Educomunicación y contenidos multimedia	
Objetivo:	Identificar si se aplica la educomunicación en los contenidos multimedia publicados por Visión Mágica en su portal de Facebook	
Dirigido a:	Seguidores y consumidores del contenido publicado por Visión Mágica	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Matamoros Dávalos Ángel Alberto	
Documento de identidad:	0913729257	
Grado académico:	Magister y Doctor	
Especialidad:	Educación	
Experiencia profesional (años): 23 años		
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de corregir	No aplicable
	X	
Sugerencia:		



La Libertad 14 de noviembre del 2023

Lcdo. Ángel Alberto Matamoros Dávalos, PhD.
Juez Experto
C.I: 0913729257

Anexo 3. Árbol de Problema



Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud
Comunicación

Nombres: Bryan Israel Panimboza Perero

Curso: COM 7/I

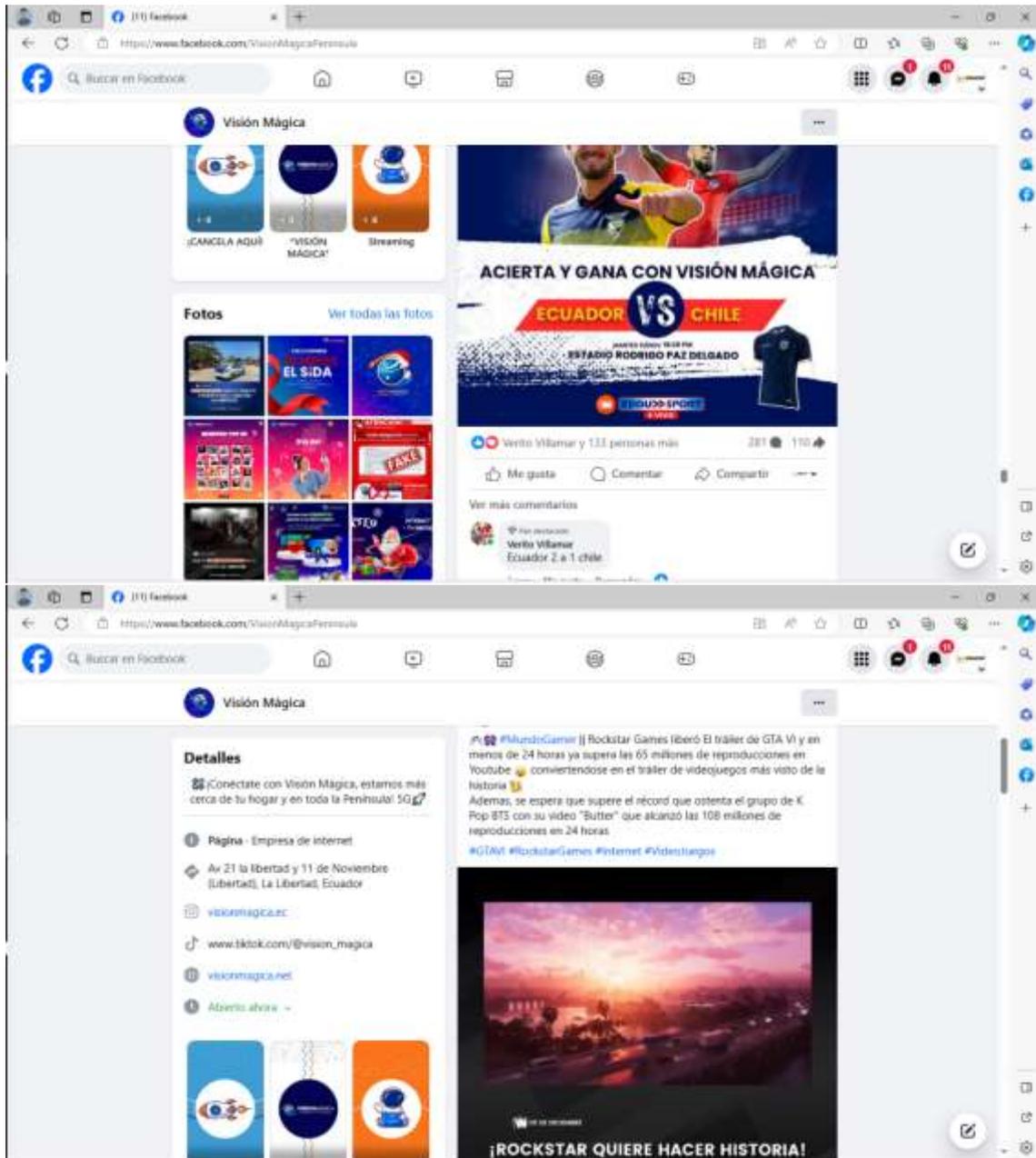
Asignatura: Trabajo de integración curricular I



Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131
www.upse.edu.ec



Anexo 4. Capturas del medio digital Visión Mágica en Facebook



Facebook

Buscar en Facebook

Visión Mágica

visionmagica.ec

www.tiktok.com/@vision_magica

visionmagica.net

Abierto ahora

¡CANCELA AQUÍ

"VISION MÁGICA"

Streaming

¡AYÚDANOS!

¡Ayúdanos a cancelar esta cuenta por la seguridad e integridad de nuestros usuarios y la imagen corporativa de nuestra empresa.

41

Me gusta Comentar Compartir

Ver más comentarios

Rosita Emilia Segura
GRACIAS POR INFORMAR

Visión Mágica
Rosita Emilia Gracias a usted por estar pendiente

Facebook

Buscar en Facebook

GRAN SORTEO

14 DE DICIEMBRE

Si ya eres usuario activo podrás en el sorteo el no lo eres, ¡QUE ESPERAS!

INTERNET + TV DIGITAL

50 años

Por solo \$19.99

¡CANTIDAD LIMITADA GRATIS

VISIONMAGICA

Visión Mágica

3,2 mil Me gusta • 7,2 mil seguidores

WhatsApp Mensaje Me gusta

Publicaciones Información Menciones Reels Fotos Vídeos Más

Detalles

¡Conéctate con Visión Mágica, estamos más cerca de tu hogar y en toda la Península! 5G

Destacados

Visión Mágica
23 de noviembre a las 10:00

Visión Mágica
23 de junio